

**DIE INVLOED VAN BUURT- EN
STREEKWINKELSENTRUMS OP SENTRALE
SAKEKERNE**

Delia Louw



**Werkstuk ingelewer ter gedeeltelike voldoening aan die vereiste vir die graad
Magister in Stads- en Streekbeplanning aan die Universiteit van Stellenbosch**

Studieleier: Prof. C. Tod Welch

Desember 1999

Verklaring

Ek, die ondergetekende, verklaar hiermee dat die werk in hierdie werkstuk vervat, my eie oorspronklike werk is en dat ek dit nog nie vantevore in die geheel of gedeeltelik by enige universiteit ter verkryging van 'n graad voorgelê het nie.

Opsomming

Die stedelike omgewing is 'n fisiese uitdrukking van die mens se kulturele en sosiale behoeftes. Met verloop van tyd het veranderinge in demografiese-, ontspannings-, handel-, en werkspatrone plaasgevind met 'n gevolglike verandering in die fisiese uitdrukking van die stedelike omgewing.

Seker die grootste bydraende faktor tot hierdie verandering was die van kommunikasie en tegnologiese ontwikkeling. Private motor besit het gelei tot stedelike spreid en mense se woon en werkplek het verder verwyderd geword van mekaar. Gevolglik het 'n "pendelkultuur" vanaf die periferie na die stadsentrum ontstaan. Kongestie op paaie (wat nie die nodige kapasiteit kon dra nie), het aanleiding gegee tot die ontwikkeling van wat Victor Gruen (1965) beskryf as die beheerde winkelsentrum.

Die beheerde winkelsentrum kan gesien word as 'n produk van die laat twintigste eeu. Die funksie en ligging daarvan is 'n direkte gevolg van die kontemporêre leefwyse en kulturele patrone.

Alhoewel motorbesit, met gevolgde stedelike spreid aanleiding gegee het tot winkelsentrumontwikkeling, is daar ook ander faktore wat tot die gewildheid daarvan bygedra het. Hierdie faktore is meestal simptome van die agteruitgang van stede se sentrale sake gebiede.

Faktore soos bedelary, onaantreklike omgewing, tekort aan parkering, verkeerskongestie en tekort aan spesialiteitswinkels, is wat mense uit die sentrale sake gebiede dryf en veroorsaak dat buurtsentrums en streekwinkelsentrums 'n aantrekliker opsie word.

Dit is egter van uiterste belang dat die lewenskragtigheid van sentrale stadsgebiede behou word, aangesien dit die tradisionele inkoopgebied van laer inkomste groepe is. Om die lewenskragtigheid van die gebied te verseker, is dit van kardinale belang dat die koopkrag van middel en hoër inkomste groepe behou word, aangesien dit hierdie groepe is wat kapitaal in die gebied instoot. Sodoende sal daar gelyke geleenthede aan alle sektore van die gemeenskap gebied word.

Summary

The urban environment is a physical expression of man's social and cultural needs. Over time, changes took place in demographic, recreation, trade and work patterns, with subsequent changes in the physical expression of the urban environment.

Certainly the greatest contributing factor to this change is communication and technological development. Private vehicle ownership for example led to urban sprawl with the consequence that home and workplace have become further divorced from each other. In response a culture of commuting developed with urbanites being forced to travel daily between the periphery and town centre. As a result traffic congestion on roads that cannot handle the volume has led to the congestion of existing roads serving the central area and the development of what Victor Gruen (1965) has described as the controlled shopping centre.

The controlled shopping centre can be seen as a product of the late twentieth century. The function and location is a direct result of contemporary lifestyles and cultural patterns.

Although vehicle ownership and subsequent urban sprawl led to shopping centre development, a range of other factors reinforced the growth of this retail distribution element. These factors are mostly symptomatic of the deterioration of our cities' central business districts.

Congested access roads, a lack of parking, a general unattractive environment, and reduced range and variety of goods forced people out of the central business areas and caused neighbourhood and regional shopping centres to become more attractive options.

It is however of paramount importance that the vitality of the central business areas is maintained, as it serves as the traditional shopping areas of lower income groups. To ensure the vitality of the area, it is of absolute importance that the purchasing power of middle and high income groups be maintained, as these are the groups that stimulate capital investment in the area. In doing so, equal opportunities for all sectors of the community are provided.

Dankbetuigings

Ek wil my opregte dank aan die volgende persone uitspreek:

Aan my wonderlike ouers wat my deur die jaar gedra het en my studies moontlik gemaak het.

Prof. Welch, my studieleier, vir sy hulp en motivering.

Mev. Anneke le Roux vir die tegniese versorging.

My vriende en klasmaats wat soveel vir my beteken het.

Kabous vir elke dag se liefde en ondersteuning.

INHOUD

HOOFSTUK 1: INLEIDING

Bl. nr.

1.1 Probleemformulering	1
1.2 Doelstellings	2
1.3 Metodologie	2
1.4 Studiegebied	3

HOOFSTUK 2: DIE ONTWIKKELING VAN KLEINHANDEL

2.1 Historiese Agtergrond	7
2.2 Faktore wat gelei het tot die ontstaan van winkelsentrums	7
2.2.1 Winkelsentrum ontwikkeling in Amerika	7
2.2.2 Winkelsentrum ontwikkeling in Engeland	11
2.2.3 Winkelsentrum ontwikkeling in Nederland	12
2.3 Ontwikkeling en groei van winkelsentrums	14
2.4 Die aard van die beplande of beheerde winkelsentrum	15
2.5 Die verskillende tipes winkelsentrums	17

HOOFSTUK 3: DIE AGTERUITGANG VAN DIE SENTRALE SAKEKERN

3.1 Inleiding	19
3.2 Probleme wat deur kleinhandel ondervind word in die SSK	21
3.2.1 Afname in die bevolking wat die gebied ondersteun	21
3.2.2 Afname in koopkrag	22
3.2.3 Vinnig groeiende kleinhandel vloeroppervlakte	23
3.2.4 Verhoging in uitgawes	23
3.2.5 Ontoeganklikheid	23
3.2.6 Omgewingsprobleme	24

HOOFSTUK 4: ROLPELERS IN DIE BEPLANNING VAN KLEINHANDEL

4.1 Inleiding	26
4.2 Die Kleinhandelaar	26
4.3 Die Kleinwinkel-eienaar	28
4.4 Die Bewaringsgesinde	29
4.5 Die Politikus	32
4.6 Die Beplanner	32
4.7 Samevatting	33

HOOFSTUK 5: STELLENBOSCH INWONERS SE INKOOPPATRONE

5.1	Inleiding	36
5.2	Onderneming van die navorsing	36
5.3	Uitslae van die navorsing	
5.3.1	Daaglikse inkopiepatroon	36
5.3.2	Weeklikse en maandelikse inkopiepatroon	40
5.3.3	Inkopiepatroon vir klere, huishoudelike toerusting en vermaak	43
5.3.4	Negatiewe faktore van die middedorp, asook inwoners se bereidheid om buitestedelike winkelsentrums te besoek	46

HOOFSTUK 6: GEVALLESTUDIE: DIE ONTWIKKELING VAN TWEË BEKENDE STREEKWINKELSENTRUMS

6.1	Inleiding	52
6.2	Tygervallei sentrum	
6.2.1	Ontwikkelingspotensiaal	52
6.2.2	Twyfeling, maar toe die onmiddellike sukses	54
6.2.3	Unieke eienskappe van die sentrum	55
6.2.4	Mikpunt vir goeie ontwerp	56
6.2.5	Markgroei	56
6.2.6	Uitbreidings	58
6.2.7	Die klem op ontspanning	58
6.2.8	Volhoubare groei	59
6.2.9	Inkoperprofiel	59
6.2.10	Motiverings om te koop by Tygervallei sentrum	60
6.2.11	Die pad vorentoe	62
6.3	Somerset Mall	
6.3.1	Algemene eienskappe	64
6.3.2	Sukses van die sentrum	64
6.3.3	Unieke karaktertrekke	64
6.3.4	Mikpunt vir goeie ontwerp	68
6.3.5	Uitbreidings	68
6.3.6	Inkoperprofiel	68
6.3.7	Die pad vorentoe	70
6.4	Samevatting	70

HOOFSTUK 7: SPESIFIEKE FOKUS OP STELLENBOSCH SE MIDDEDORP

7.1	Inleiding	71
7.2	Die implikasie vir die historiese kern van Stellenbosch	72
7.2.1	Die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan	73
7.2.2	Stellenbosch Middedorp Parkeringstudie	75
7.2.3	Gevolgtrekkings	78

7.3 Die behoud van toerisme	82
7.4 Tekens van agteruitgang	84
7.5 Hernuwingstrategieë	86
HOOFSTUK 8: SLOT OPMERKINGS	90
VERWYSINGS	93

LYS VAN TABELLE	Bl. nr.
Tabel 2.1 - Oorsake van die agteruitgang van die sentrale stadsgebiede in die V.S.A.	9
Tabel 2.2 - Voorkeure ten opsigte van voorstedelike winkelsentrums	10
Tabel 5.1 - Stellenbosch inwoners se daaglikse inkopiepatrone	39
Tabel 5.2 - Stellenbosch inwoners se weeklikse inkopiepatrone	39
Tabel 5.3 - Stellenbosch inwoners se maandelikse inkopiepatrone	42
Tabel 5.4 - Stellenbosch inwoners se inkopiepatrone vir klere	42
Tabel 5.5 - Sentras wat deur Stellenbosch inwoners besoek word vir vermaak	42
Tabel 5.6 - Stellenbosch inwoners se inkopiepatrone vir huishoudelike toerusting	44
Tabel 5.7 - Die gereedheid wat negatiewe faktore van die middedorp Stellenbosch inwoners pla	44
Tabel 5.8 - Negatiewe faktore van die middedorp wat Stellenbosch inwoners die meeste pla	44
Tabel 5.9 - Stellenbosch inwoners se bereidwilligheid om buitestedelike winkelsentrums te besoek	49
Tabel 5.10 - Buitestedelike sentras wat deur Stellenbosch inwoners besoek word	49
Tabel 6.1 - Demografiese profiel van inkopers by Tygervalleisentrum	61
Tabel 6.2 - Redes waarom sentrum besoek word	63
Tabel 7.1 - Openbare parkering in die sentrale sake kern	76
Tabel 7.2 - Parkeerplekke wat verlore sal gaan in opgraderingsproses	77
Tabel 7.3 - Moontlike liggings vir addisionele parkering	77

LYS VAN FIGURE	Bl. nr.
Figuur 5.1 - Stellenbosch Woonbuurtes	37
Figuur 5.2 - Negatiewe faktore van Stellenbosch se middedorp	41
Figuur 5.3 - Die gereeldheid wat negatiewe faktore van die middedorp Stellenbosch inwoners pla	45
Figuur 5.4 - Negatiewe faktore van die middedorp wat Stellenbosch inwoners die meeste pla	45
Figuur 5.5 - Stellenbosch inwoners se bereidheid om buitestedelike winkelsentrums te besoek	50
Figuur 5.6 - Buitestedelike sentras wat deur Stellenbosch inwoners besoek word	50
Figuur 5.7 - Vergelykende toestande van 'n sentrum in die middedorp van Stellenbosch, met die van 'n buitestedelike winkelsentrum	51
Figuur 6.1 - Liggingsplan van Tygervallei	53
Figuur 6.2 – Tygervalleisentrum	57
Figuur 6.3 - Liggingsplan van Somerset Mall	65
Figuur 6.4 – Somerset Mall	67
Figuur 7.1 - Die historiese kern van Stellenbosch	72
Figuur 7.2 - Parkeringstrategie - Bestaande situasie	79
Figuur 7.3 - Parkeringstrategie – Opgraderingsvoorstel	80
Figuur 7.4 - Voorgestelde ligging vir parkeerareas	81
Figuur 7.5 - Die tweeledige funksie van Stellenbosch se middedorp	83
Figuur 7.6 - Heersende situasie in die middedorp	89

HOOFSTUK 1: INLEIDING

1.1 Probleemformulering

Kleinhandelsspatrone het verskeie vorme aangeneem oor die jare. Dit is grootliks as gevolg van veranderinge wat plaasgevind het in demografiese-, ontspannings-, handel- en werkspatrone. Hierdie veranderinge het dan ook gelei tot 'n verandering in die fisiese uitdrukking van die stedelike omgewing.

'n Produk van kommunikasie en tegnologiese ontwikkeling, naamlik die private motor, het gelei tot stedelike spreid. Mens se woon en werkplek het verder verwyderd geraak van mekaar en 'n "pendelkultuur" het vanaf die periferie na die stadsentrum ontstaan. Die stadsentrum het ontoeganklik geword en paaie na die sentrum kon nie meer die kapasiteit dra nie. Dit het aanleiding gegee tot die ontwikkeling van wat Victor Gruen (1965) beskryf as die beheerde winkelsentrum.

Faktore wat meestal simptome is van die agteruitgang van stede se sentrale sake gebiede, naamlik bedelary, onaantreklike omgewing, tekort aan parkering, verkeerskongestie en tekort aan spesialiteitswinkels, is ook die faktore wat tot die gewildheid van buurt- en streekwinkelsentrums lei.

Die desentralisasie van die kleinhandeldistribusiefunksie en dienoreenkomstige uitwerking op inkoop en grondgebruik funksies sal hoofsaaklik bestudeer word. Die belangrikheid dat die lewenskragtigheid van

die sentrale stadsgebied (die tradisionele inkoopgebied van die armer sektore van die gemeenskap) behou moet word, sal ook uitgelig word.

1.2 Doelstellings

- 'n Historiese oorsig te gee van die veranderinge in die kleinhandeldistribusie patroon
- Tendense in winkelsentrumontwikkeling na te vors
- Die gepaardgaande agteruitgang van die sentrale sake kern te ondersoek
- Die rolspelers betrokke by die ontwikkeling van kleinhandel te ondersoek
- Spesifiek te kyk na Stellenbosch inwoners en hul inkooppatrone
- Kleinhandelspatrone en tendense in Stellenbosch middedorp te ondersoek
- As gevallestudie na twee streekwinkelsentrums, wat deur Stellenbosch inwoners besoek word, te kyk.

1.3 Metodologie

Die studie is eerstens beskrywend van aard. 'n Wye literatuurstudie is gedoen van alle aspekte wat hierdie studie insluit.

Tweedens is die studie ook empiries van aard. Kwantitatiewe, sowel as kwalitatiewe data is ingesamel deur vraelyste. Primêre data is ingesamel deur gebruik te maak van 'n ruimtelike ewekansige steekproef. Tien vraelyste is voltooi in elk van die tien hoof woonbuurtes in Stellenbosch (Steyn,1994:21).

1.4 Studiegebied

Die teikenpopulasie in hierdie studie is middel- en hoër inkomste groepe woonagtig in Stellenbosch woonbuurte. Die rede vir hierdie keuse van inkomste groepe, is die feit dat die koopkrag hoofsaaklik by hierdie groepe lê. Dit is in der ware hierdie deel van die bevolking wat die lewenskragtigheid van die sentrale sake gebied van Stellenbosch verseker en dit moontlik maak vir laer inkomste groepe om daar inkopies teen billike pryse te kan doen.

Stellenbosch inwoners se inkooppatrone is hoofsaaklik bestudeer. Die mate waartoe negatiewe faktore van die sentrale sake gebied hul wegdryf, sodat hul eerder buurtsentrums en streekwinkelsentrums besoek, is ook getoets. Aangesien die populasie baie groot is en sekere dele onbereikbaar is, sou die studie duur en tydrowend wees, dus is daar van die steekproef metode gebruik gemaak (Steyn,1994:17-19). Hoofstuk 5 sal meer breedvoerig hierop fokus.

HOOFSTUK 2: DIE ONTWIKKELING VAN KLEINHANDEL

2.1 Historiese agtergrond

Die ruil van goedere is seker so oud soos die mensdom. Bokke wat deur die oermens gejag is, is miskien vir 'n halsnoer uit skulpe of iets dergliks geruil.

Hier word daar aan wat as een van die basiese menslike behoeftes beskou word, voldoen. Die ontstaan van 'n tussenhandelaar het egter verreikende gevolge gehad, en gaan gepaard met die verandering van ruilhandel in koophandel.

Kleinhandel vind sy oorsprong in die Stoa van antieke Griekeland. Dit was gesetel in die Agora of die stadsentrum, wat ook die plek was waar publieke vergaderings en ander besigheidstransaksies plaasgevind het. Die Agora was die hart van die stadslewe en handel het 'n groot deel daarvan uitgemaak.

Die integrasie van menslike aktiwiteite was 'n universele verskynsel. In antieke Rome is die bestaan gewaarborg deurdat alle verkeer met wiele verbied is in die forum (stadsentrum). Dit was slegs deur voetganger verkeer benut (Gruen & Smith, 1965:17).

Die Middeleeuse stadsentrum was nie net die geografiese middelpunt nie, maar ook die sosiale, kommersiële, kulturele en religieuse hart van die stad. Die stadsaal, katedraal, handelaar en ambagsman se winkels was daar. Leonardo da Vinci, die genie van die Renaissance het 'n stadsentrum

ontwerp wat hoofsaaklik op die plesier van mense gerig is en daarom was alle vorme van voertuie met wiele beperk tot 'n ondergrondse pad (Gruen & Smith, 1965:17-19).

Met die aanbreek van die Industriële Rewolusie het die organisasie en karakter van die stad radikaal verander. Utopiese beplanning van die negentiende eeu het veroorsaak dat die kleinhandel momentum opgebou het. Die verandering in verbruikerspatrone en lewenstandaarde het gelei tot 'n meer komplekse verspreiding van kleinhandel. Kenmerkend van hierdie tydperk was migrasie vanaf landelike gebiede na die stad, tesame met hoë bevolkingsgroei. Industriële agterbuurtes het die nuwe patroon in stede geword.

Lewe in die stad het onuithoudbaar geword en die wat dit kon bekostig, het na die voorstedelike gebiede getrek. Soos publieke vervoer uitgebrei het, het die bevolking hierdie roetes begin volg en gevestig langs nodusse. Hoë toeganklikheid van hierdie ligging het veroorsaak dat kleinhandel ook hierdie patroon gevolg het.

Na die Tweede Wêreldoorlog het mense toenemend na die voorstedelike gebiede beweeg. Met die koms van die massa besit van privaat motors, is gebiede tussen die publieke vervoerroetes ingevul. Lineêre handelsgroeperings het ontstaan langs uitstralende paaie en was groter as bestaande fasiliteite. 'n Magdom behuising is opgerig en 'n groepering van

mense is gevestig wat nie die waardes van 'n landelike gemeenskap of die van die stedelike omgewing gehad het nie.

Tradisionele kommersiële areas is vervang met nuut beplande areas, wat gepoog het om fasiliteite en dienste van die stadsentrum te dupliseer. Verbeterde voedselprosessering, stoortegnieke en die koms van die yskas en vrieskas het dit moontlik gemaak om bevrore en ingelege voedsel te stoor op een plek en op 'n verskeidenheid markte te verkoop (Gruen & Smith, 1965:19).

Toenemende afstand en verwydering tussen die sentrale sake gebied en voorstedelike gebiede het gelei tot die verspreiding van kleiner gerieflikheidswinkels in die vinnig groeiende voorstede. Inkopies in die middestad het 'n rekreasie doel gehad. Groter winkels het restaurante, haarkappers en skoonheidsalonne verskaf, wat die groeiende vroulike kliëntetal gelok het. Oor tyd het hierdie winkels nie net gefokus op kompeterende pryse nie, maar ook op gemak en dienste soos krediet en aflewering. Kelly (1953) noem dit die “kleinhandel rewolusie”.

Hoofredes vir die rewolusie is die interaksie tussen vyf faktore:

- toename in bevolking en voorstedelike groei weg van die stadsentrum
- toenemende welvaart
- veranderende modes van vervoer
- toenemende kongestie
- verandering in tegnologie

Inkopiespatrone het nou gedentraliseer geword en was gerig op eenstop inkope in die voorstede. Die samegroepering van handelsfasiliteite het as gesamentlike magneet gedien en mense van wydverspreide gebiede gelok. Hierdie groepering het vervoerkoste asook individuele “inkopie ekskursies” verminder. Die uitstappie was toenemend verbind met rekreasie, kultuur en opvoedkundige fasiliteite, gerig daarop om die funksie van die ou stadsentrum te vervang (Gruen & Smith, 1965:20).

2.2 Faktore wat gelei het tot die ontstaan van winkelsentrums

Winkelsentrums het ontstaan as gevolg van lae digtheid stedelike spreid. Mense het al hoe verder van die middestad begin woon en die toenemende gebruik van die motor kan as die belangrikste ontwikkelingsfaktor gesien word. Mense het in die middestad gewerk, maar kon ook die rustigheid van die voorstedelike gebiede geniet.

2.2.1 Winkelsentrum ontwikkeling in Amerika

Die ontwikkeling van die winkelsentrum is slegs een fase in die rewolusie van kleinhandel. Die eerste noemenswaardige voorstedelike winkelsentrum in Amerika was die Country Club Plaza wat in 1923 in Kansas geopen het.

Die voorstedelike winkelsentrum het ‘n belangrike faktor in die kleinhandelstruktuur van Amerika geword sedert die Tweede Wêreldoorlog. Die sentrum is gewoonlik op ‘n “green fields” perseel buite die beboude gebied geleë, of in een van die voorstede van ‘n bestaande dorp, wat steeds ontwikkel.

Van die totale getal woonhuise wat gebou is tussen 1947 tot 1962 in Amerika, is 62% in die voorstede opgerig. Hierdie groei wat plaasgevind het in die buitewyke van metropolitaanse gebiede, het daartoe aanleiding gegee dat meer welgestelde verbruikers verder vanaf die winkelgeriewe van die sentrale stad af woon (Jansen van Vuuren, 1976:54).

Die gemiddelde Amerikaner se reële inkome het verdubbel in die jare 1940 tot 1961. Die gevolg was hoë vlakke van kleinhandelverkope. Net soos in Suid-Afrika, het dieselfde tendens in Amerika plaasgevind wat die ontvolking van die platteland betref. Mense het vanaf die platteland en klein dorpie na die metropolitaanse gebiede beweeg en daarvandaan weer na die voorstedelike gebiede. 'n Ongelyke ekonomiese en sosiale verdeling was kenmerkend van die verskuiwing. Welaf gesinne het in die voorstede gaan woon, terwyl immigrante en lae inkomste groepe in die middestad gewoon het. Dit het aanleiding daartoe gegee dat winkels in die sentrale stad verder verwyderd was van hul meer gegoeë kliënte.

Voorstedelike ontwikkeling was meestal in die vorm van enkel residensiële wonings. Digtheid was baie laag en selfs die plaaslike winkelsentrum is selde per voet besoek. Openbare vervoergeriewe het in onguns geraak, terwyl die gewildheid van die motor toegeneem het. Dit was duidelik sigbaar in Amerika dat die gebruik van openbare vervoer afgeneem het, net soos digtheid laer geraak het en motorbesit toegeneem het namate gesinsinkome toegeneem het.

Die middestad is meestal deur middel van openbare vervoer besoek, terwyl voorstedelike gebiede deur kliënte met 'n motor besoek is. Die rede hoekom die middestad steeds besoek is deur van openbare vervoer gebruik te maak, is weens die gebrek aan parkering, maar ook as gevolg van die feit dat lae inkomste groepe nie motors besit nie, en dus is die nuwe sentra ontoeganklik (Jansen van Vuuren,1976:55).

Nog een van die vernaamste redes vir die ontwikkeling van die winkelsentrum in Amerika is die agteruitgang van die sentrale besigheidskern. Die oorsake van die agteruitgang word in Tabel 2.1 aangedui.

Tabel 2.1: Oorsake vir agteruitgang

OORSAKE	PERSENTASIE
Gebrek aan parkeergeriewe	81,8
Verkeerskongestie	78,6
Verouderde geboue	38,2
Swak kleinhandel advertensies	27,3
Slums rondom sentrale gebied	16,4

Bron: Luder,O. Out of town shopping, solution or mistake? Estates Gazette, 20 Februarie 1965. p651

Bogenoemde faktore asook groot kapitaal investerings het aanleiding gegee tot die ontstaan van die voorstedelik winkelsentrums in Amerika.

Gepaardgaande hiermee is die feit dat volop oop grond beskikbaar was teen lae pryse by toegangspunte of interseksies in die padstelsel.

‘n Verdere bydraende faktor was die vertraging in hernuwing en herontwikkeling van sentrale sakegebiede. Waide (1963:261) het ‘n opname gedoen deur die voorkeure ten opsigte van ‘n voorstedelike winkelsentrum te toets.

Tabel 2.2 Voorkeur ten opsigte van voorstedelike winkelsentrums

Motief	SSK (Persentasie klante)	Winkelsentrums (Persentasie klante)
Wye keuse	44,2	7,5
Gerief	28,9	65,3
Parkering	0,6	17,5
Geniet ondervinding	24,8	14,7
Een stop inkopies	0,5	7,6
Uitverkoping	3,3	1,2
Ander	1,4	1,7
Geen definitiewe motief	3,5	8,4

Bron: Waide, W.L. Changing shopping habits and their impact on town planning. T.P.I. Journal, Oktober 1963. p261

Gerief is dus die belangrikste voordeel wat die voorstedelike winkelsentrum aan sy klante bied en die grootste voordeel van die sentrale sakegebiede is die wye reeks goedere wat gebied word.

Opsommend kan dus gesê word dat die geweldige ontwikkeling van lae digtheidsbehuising, die ontstaan van ryk voorstede (met hoë motorbesit deur huisgesinne) en veranderinge in kleinhandelbemarkingsmetodes en gewoontes, gesamentlik aanleiding gegee het tot die ontstaan van winkelsentrums in Amerika.

2.2.2 Winkelsentrum ontwikkeling in Engeland

Elkeen van die faktore wat gelei het tot ontwikkeling van winkelsentrums in Amerika, kan in Engeland ook waargeneem word. Die verskille tussen die twee lande is meer die van graadverskille en tydverskille.

Voorstedelike groei het plaasgevind en is gevoed deur die sentrale sake gebiede en die omringende plattelandse gebiede. Die vorm en karakter van hierdie voorstede verskil egter heelwat van die Amerikaanse voorstede. Dorpe in Engeland is nader aan mekaar en die owerhede het 'n relatiewe hoë digtheid in voorstedelike gebiede gehandhaaf. Die Britse voorstedelike inwoner is dus selde vêr van 'n winkelsentrum af. Openbare beleid het ook verseker dat voorstedelike ontwikkeling alle sosiale klasse affekteer en nie slegs meer gegoede gesinne nie (Jones, 1969:14).

Soos in die Amerikaanse geval het mense se reële inkome ook nou begin toeneem, wat verhoogde kleinhandelverkope beteken het. Die eerste werklike totstandkoming van 'n gedesentraliseerde winkelsentrum in Engeland het in 1954 plaasgevind toe 'n departementele winkel in Manchester by Wilmslow, 20km suid van die middestad, geopen het.

Inteenstelling met Amerika het die trek na voorstedelike gebiede in Engeland nie net gepaardgegaan met die gebruik van motorvervoer nie, maar ook ander vorme van vervoer. Openbare vervoergeriewe is hoogs ontwikkel en afstande is nie so groot nie. Die koste om 'n privaat motor te besit is ook baie hoër as in Amerika in verhouding tot tariewe van openbare vervoergeriewe (Jones,1969:17).

Die feit dat daar 'n beperking op volop beskikbare oop grond is, is een van die belangrikste beperkings op die ontwikkeling van voorstedelike en gedesentraliseerde winkelsentrums in Engeland.

Nog 'n faktor wat veroorsaak het dat winkelsentrum ontwikkeling minder aanvaarbaar in Engeland was, is as gevolg van die bombardering van verskeie stede tydens die Tweede Wêreldoorlog, wat daartoe aanleiding gegee het dat sentrale sakegebiede herontwikkel is. In sommige gevalle is daar wel voorsiening gemaak vir die motor en sy behoeftes.

Dit wil tog voorkom asof verouderde winkelfasiliteite en toenemende verkeersprobleme in sentrale sake gebiede tans in Engeland besig is om die ekonomiese sukses van die middestad te ondermyn.

2.2.3 Winkelsentrum ontwikkeling in Nederland

In Nederland en ander Europese lande is die rol van die middestad as inkoopgebied veel groter as in die ander lande, soos byvoorbeeld Amerika en Suid-Afrika. Dit spruit hoofsaaklik uit die historiese ontwikkeling van

ou stede. In die vroegste tye het die stadspaleis, soos in Griekeland of die forum in die Romeinse Ryk, hierdie sentrale inkoopgebied gevorm omdat dit hoofsaaklik die plekke was waar 'n samekoms van mense plaasgevind het.

Anders as in Suid-Afrika, is verval van die middestad in Europese lande redelik beperk. In die middeleeue het die aksent veral geval op die kerk en die handel was veral gekonsentreerd rondom die markpleine naby kerke en katedrale. In die ou stede van Europa word hierdie konsentrasies vandag nog aangetref.

Faktore soos groter keuse, kwaliteit, diens, goeie bediening en 'n beter winkelatmosfeer versterk die trekkrag van die middestad. Die samebindende betekenis van die middestad as 'n sosiale ontmoetingspunt word ook nog steeds aangetref. Net soos in die geval van Engeland, is addisionele grond vir nuwe residensiële ontwikkeling besonder skaars (Jansen van Vuuren, 1976:64-66).

Ondanks die feit dat Nederland se bevolkingsdigtheid groter as die van Engeland is, het nuwe residensiële woongebiede om die bevolkingsaanwas na die Tweede Wêreldoorlog te huisves, ook snel toegeneem. Hiermee saam is voorstedelike winkelsentrums opgerig om in die behoeftes van verbruikers te voorsien.

Die faktore wat aanleiding gee tot winkelsentrum ontwikkeling in Nederland verskil nie veel van die wat vroeër in die geval van Amerika en Engeland aangetoon is nie. Dit sluit in:

- Die groei van die bevolking en die steeds toenemende verplasing van die bevolking van plattelandse na stedelike gebiede.
- Industrialisasie in plattelandse gebiede wat nuwe woongebiede laat ontwikkel het.
- Die toenemende motorbesit van die bevolking.
- Die vergrote en meer verspreide koopkrag wat deur 'n groter welvaart en hoër lewenstyl teweeg gebring is.

2.3 Ontwikkeling en groei van winkelsentrums

Volgens Van Rooyen (1972:31) kan die vroeë Amerikaanse algemene winkel en afdelingswinkel waarskynlik as die voorganger van die winkelsentrum gesien word, aangesien die verbruiker feitlik al sy inkopies by hierdie winkel kon doen. Nadat desentralisasie vanuit die middestad na voorstedelike gebiede in die twintigerjare in Amerika begin plaasvind het, het die beplande winkelsentrum sy beslag gekry.

Tot ongeveer die Tweede Wêreldoorlog het min ontwikkeling in hierdie veld plaasgevind, maar na die Tweede Wêreldoorlog was die belangrikste ontwikkeling in die kleinhandel, die groei van die beheerde en beplande winkelsentrums. Die bevolkingsontploffing en toenemende motorbesit het

hierin 'n belangrike rol gespeel, asook die feit dat die snelle uitbreiding in voorstedelike woongebiede in Amerika plaasgevind het.

Bechman en Davidson (1967:308) toon aan dat die aantal beplande winkelsentrums in die V.S.A. en Kanada toeneem het van net 'n paar in die veertigerjare tot meer as 10 000 in 1966. Alhoewel winkelsentrums sy ontstaan heelwat later in Suid-Afrika gemaak het, het die snelle verstedeliking van die bevolking en die uitbreiding van voorstedelike gebiede in metropolitaanse komplekse, egter in 'n toenemende mate die behoefte aan voorstedelike winkelgeriewe beklemtoon.

2.4 Die aard van die beplande of beheerde winkelsentrum

Daar bestaan 'n wesenlike verskil tussen 'n winkelsentrum en 'n winkelkonsentrasie. Laasgenoemde bestaan uit 'n versameling van individuele winkels en dit kan in grootte wissel van die ekwivalent van 'n sentrale sakegebied tot 'n paar winkels in 'n voorstad. Gewoonlik groei so 'n konsentrasie op 'n ongeorganiseerde wyse en die oprigting van een of 'n aantal winkels verteenwoordig slegs 'n klein toevoeging tot die bestaande totale vloeroppervlakte. Die netto uitwerking van so 'n toevoeging van winkelruimte is dat die nuwe winkels min verandering in die bestaande ewewig teweeg bring. Die klassieke voorbeeld van 'n winkelkonsentrasie is die lynontwikkeling wat dikwels langs die hoofstrate van klein plattelandse dorpies aangetref word.

‘n Winkelsentrum daarenteen, is volgens Oosthuizen (1972:8) “a group of commercial establishments, planned, developed, owned and managed as a unit and it provides ample on-site parking in relationship to the types and sizes of stores accommodated.” ‘n Nuwe winkelsentrum voeg dus meteens ‘n aansienlike hoeveelheid nuwe winkelruimte tot die bestaande fasiliteite wat selfs ‘n verdubbeling van die bestaande winkelruimte in sommige gevalle kan beteken.

‘n Winkelsentrum is afhanklik van die handelsgebied wat dit bedien en moet beplan word om by die behoeftes van die inwoners van die handelsgebied te pas. Hierdie elemente kom duidelik na vore in die definisie van Van Riet (1972:1):

“A shopping centre is a balanced group of commercial establishments planned, developed, owned and managed as a unit, arranged and combined according to modern and scientific sales principles to conform to the requirements and shopping habits of the public; and related in its location, size and shops to the trade area which the unit serves with off-street parking provided on the property.”

In hierdie definisie word na winkelsentrums as ‘n “gebalanseerde groep handelondernemings” verwys en dit impliseer dat die elemente van die winkelsentrum nie willekeurig saamgevoeg word nie. Die behoeftes van die verbruikers in die handelsgebied en die mededingende fasiliteite daarin kan

as die bepalende faktore van die samestelling van die elemente in winkelsentrum uitgesonder word.

‘n Winkelsentrum is ook ‘n besigheid. Dit is ‘n belegging in vaste eiendom en die geboue en grond word fisies aangewend om goedere en dienste aan die verbruiker te verkoop. Vir die benutting van die fisiese fasiliteit van die sentrum betaal die winkeliers huur aan die eienaar. Die huurinkomste is die opbrengs op die kapitale belegging van die ontwikkelaar.

Winkelsentrums word beplan om ‘n verskeidenheid winkelgeriewe by ‘n geriefliker ligging as die sentrale sakegebied beskikbaar te stel en bied dikwels ander fasiliteite van ‘n wye verskeidenheid aan, onder andere dienste soos banke, spreekkamers, ontspanningsgeriewe, vermaaklikheid en ander dienste. In die ideale situasie word sekere standaarde deur die ontwikkelaar neergelê in die beplanningstadium wat die grootte, aard en aantal winkels wat voorsien sal word, betref. Die kwaliteit van huurders en die mate waartoe hulle deur verbruikers aanvaar word, is van die grootste belang vir die sukses van die sentrum.

2.5 Die verskillende tipes beheerde winkelsentrums

Die beheerde winkelsentrum is baie meer as net ‘n groep winkels. Dit is ‘n hoogs gesofistikeerde handelsentiteit, gebaseer op die versigtige seleksie van aanvullende winkels, wat elk bydra tot die gesamentlike aantrekkingskrag van die groep. Volgens Kelly (in Welch, 1969:4-5) kan vier verskillende beheerde winkelsentrums onderskei word volgens die gebied wat dit bedien:

1. die beheerde buurt winkelsentrum
2. die beheerde gemeenskaps- of distikswinkelsentrum
3. die beheerde voorstedelike winkelsentrum
4. die beheerde streekwinkelsentrum, waarop daar hoofsaaklik in hierdie studie gefokus word.

HOOFSTUK 3: DIE AGTERUITGANG VAN DIE SENTRALE SAKEKERN

3.1 Inleiding

Die tradisionele siening van die SSK (sentrale sakekern) is dat dit die primêre besigheidsentrum is, geleë in die kommersiële kern van die stad. Dit bied 'n wye verskydenheid goedere en dienste en bedien die hele stad en omringende hinterland. Tog in die meeste ontwikkelende ekonomieë, het die stadsentrum die gevaar van kompetisie as gevolg van nuwe handelsontwikkeling in voorstedelike gebiede ervaar. Dit is ook die geval met Stellenbosch se sentrale sakegebied. Verskeie faktore in die middedorp, soos die tekort aan parkeerplekke, bedelary, verkeerskongestie, onaantreklike omgewing en tekort aan spesialiteitswinkels veroorsaak dat dit in 'n groot mate in gewildheid afneem.

Die redes waarom voorstedelike sentrums 'n gewilde opsie geraak het oor die jare, was as gevolg van die toename in die voorstedelik bevolking, tesame met verhoogde motor eienaarskap. Laasgenoemde het aanleiding gegee tot kongestie van paaie wat die SSK bedien, ontoeganklikheid en duur parkeerplekke, as gevolg van hoë grondwaardes. Parkeerplekke is in Stellenbosch 'n wesenlike probleem en sekere faktore soos die feit dat daar oral in die middedorp parkeerplekke is, vererger die onaantreklikheid daarvan vir inkopers wat gerief soek en wat gratis parkeerplekke wel elders kan kry by voorstedelike winkelsentrums.

Die onvermoë van die SSK om besigheid te lok en behou en die agglomerasie daarvan op ander terreine, het 'n kumulatiewe effek oor tyd gehad. Bromley

(1993,251) meen dat die tipe handelsontwikkeling in voorstedelike gebiede baie meer innoverend en winsgewend is as in die SSK.

Soos lank gevestigde handelaars die SSK verlaat, word verskeie persele vakant gelaat of opgeneem deur laer orde handelsentiteite. 'n Voorbeeld hiervan is sigbaar in die Eikestad Mall, toe die hoë gehalte boekwinkel wat geleë was op die tweede verdieping, vervang is met 'n laerorde winkel, Paper Weight. 'n Volgende voorbeeld is die boetiek in Andringastraat wat toegemaak het en vervang is met 'n tweedehandse klerewinkel. Daar is nog verskeie ander sulke voorbeelde in die SSK van Stellenbosch. In die geval van laer orde winkels wat die plek inneem van voormalige hoër orde winkels sal daar 'n hoër omset van goedere wees, aangesien laer inkomste groepe geneig is om meer gereeld inkopies te doen, wat 'n kleiner geldbedrag uitmaak.

Laer inkomste groepe is geneig om die markvraag in die Stellenbosch middedorp te domineer, terwyl hoër inkomste groepe voorstedelike winkelsentrums verkies. Daar sal in die toekoms ernstig aan hierdie kwessie aandag gegee moet word, sodat hierdie gebied vir die nageslagte behoue kan bly. Die historiese gebiede van die middedorp wat fokus op die toeristemark is redelik meer suksesvol as die gebied wat gebruik word vir goedere inkopies deur Stellenbosch inwoners. Pick 'n Pay word tans opgeknep in 'n poging om mense terug te trek na die middedorp. So ook is die ou OK nou vervang met 'n splinternuwe Checkers. Tog is al hierdie pogings verniet as die middedorp nie "gebruikersvriendelik" gemaak word nie. Parkeermeterkoste is baie hoog en dan is daar ook nog die Car Care werkers wat hul deel wil hê. Die uitleg van

die dorp met die vele klein sirkels wat ingewerk is in die padstelsel, maak die gebied toeganklik.

3.2 Probleme wat deur kleinhandel ondervind word in die SSK

Thorpe soos aangehaal in Levitan (1995:30) beskryf die probleme wat die SSK in die gesig

staar:

- Afname in die bevolking van die sentrale stadsgebiede wat hierdie gebiede ondersteun het.
- 'n Afname in die koopkrag van die bevolking deurdat die ryker groepe ander keuses uitoefen. Die minder gegoede sektor word ook benadeel deur die meer welaf groep, in die sin dat dit 'n invloed op die breedte en diepte of wel verskeidenheid van goedere beïnvloed.
- Vinnig groeiende voorstedelike handelsgebiede wat kompeteer met die SSK vir die markaandeel.
- 'n Disproporsionele verhoging in uitgawes van handelaars in die SSK (veral wat eiendomspryse betref), in 'n tyd wat verkope staties of dalend is.
- Goeie toeganklikheid vir alle groepe en potensiële kopers is 'n probleem.
- Die voorsiening van 'n aangename, skoon en genotvolle omgewing vir die wat die stadsentrum gebruik, is ook problematies.

3.2.1. Afname in die bevolking wat die gebied ondersteun

Die residensiële komponent van die sentrale stadsgebied is dikwels oud en skakel in met die kommersiële sentrum van die stad. Die situasie in

verskillende lande wat betref die sentrale sake gebied verskil. In Amerika het ons te doen met 'n situasie waar die belangrikheid van die SSK van stad tot stad wissel. Hierdie wisseling is dikwels heeltemal onvoorspelbaar. In hierdie opsig is die ekonomiese basis van die gemeenskap baie belangrik. Die “downtown”, blouboortjie industriële gemeenskappe is veral kwesbaar. Die grootste gedeelte van die werkerskorps werk aan die buitewyke van die stad en minder hoofpaaie loop na die kern, as in stede met 'n hoë vlak van kantoorbesetting. Nog 'n tendens in Amerika is dat daar in die SSK in aktiwiteite gespesialiseer word wat gemik is op die laer inkomstegroepe. Soos die stad uitbrei, ontwikkel daar gespesialiseerde handelsareas in die middestad. Kantoorparke in ou omgewings ondersteun restaurante en klerewinkels. Juwelierswarewinkels en tweedehandse winkels is algemeen. Middestede verskil van winkelsentrums in die feit dat hul 'n mark bedien wat nie duidelik sigbaar is nie en dat rekeninge weekliks gemonitor word.

In Engeland is daar 'n algemene en aanhoudende afname in baie van die binnestedelike areas. Kenmerkend aan hierdie streke is hoë vlakke van werkloosheid, 'n disproporsionele persentasie van ongeskoolde of mense met 'n lae vlak van skoolopleiding, baie ouer mense en etniese minderheidsgroepe, saam met hoë vlakke van oorbesetting. Teenverstedelikingstendense het daartoe gelei dat hoër sosio-ekonomiese groepe beweeg na die voorstedelike gebiede.

3.2.2. Afname in koopkrag

Nog 'n belangrike faktor wat verantwoordelik is vir die verval van die SSK is die afname in koopkrag. Alhoewel dit ook van toepassing is op Suid-Afrika, is die situasie in ons land heelwat anders. 'n Groot deel van ons land (23%) leef onder die broodlyn en 50% leef onder die vlak van R420 per maand. Hoe armer die verbruiker is, hoe groter sal die bedrag wees wat spandeer word, relatief tot die besteebare inkomste. Dit beteken dat alhoewel die tipe produk en mark verander in die SSK, daar nog steeds 'n enorme koopkrag vanuit die laer inkomste groepe is. Die stelsel van krediet het ook daartoe aanleiding gegee dat daar meer gespandeer word in die SSK.

3.2.3. Vinning groeiende kleinhandel vloeroppervlaktes

Vinnig groeiende kleinhandel vloeroppervlaktes rondom die SSK bied groot kompetisie vir die SSK, aangesien die meerderheid van die welgestelde verbruikers dit verkies om te koop by buitestedelike sentrums.

3.2.4 Verhoging in uitgawes

'n Verdere rede vir die agteruitgang van die SSK is die afname in verkope. Dit is egter net van toepassing op sekere dele van die SSK, aangesien dit dikwels slegs die hoër orde handelsaktiwiteite is wat 'n afname in verkope beleef. Afslagwinkels wat voorsien vir laer inkomste groepe, het 'n toename in verkope ondervind.

3.2.5 Ontoeganklikheid

Dit is nie altyd moontlik om ewe goeie toeganklikheid aan alle groepe te voorsien nie. Verbruikers wat van motor voertuie gebruik maak, sal probleme ervaar met parkering en kongestie ondervind op paaie in die SSK. Dit is veral die geval in Stellenbosch se middedorp.

3.2.6 Omgewingsprobleme

Dit is dikwels baie moeilik om 'n skoon en aangename omgewing te skep in die SSK. Faktore hierby betrokke is die skep van 'n veilige, onbesoedelde omgewing, waar stedelike hernuwing op 'n deurlopende basis plaasvind. Misdaad is iets wat veral die afgelope paar jare sy kop lelik uitgesteek het. Vrees vir misdaad in die SSK het 'n baie negatiewe uitwerking op sy ekonomie, aangesien dit die verbruikers se gedrag inhibeer op die volgende wyses:

- Dit onderdruk die vermenigvuldigingseffek, deur die vermindering van die vlak van voetgangeraktiwiteite en die afstande wat mense bereid is om te loop op straat.
- Dit bevorder afgesonderde aktiwiteite waarin selfonderhoudende komplekse en binnehuisse loopgange verkies word bo loopgange buite in die oopte.
- Dit veroorsaak dat die area verlate raak na 17:00
- Dit veroorsaak verhoogte motorverbruik en plaas druk op die voorsiening van gerieflike en gratis/goedkoop parkering

Stedelike hernuwing is 'n komplekse en duur proses om mense te probeer terugtrek na die SSK. Verskillende metodes is aangewend om mense te probeer terugtrek na die SSK en die kulturele, kommersiële en sosiale karakter van die gebied te behou. Dit sluit in opknapping, hernuwing, die uitbreiding van handelsure en die verbetering van toeganklikheid na die middestede deur grondgebruik- en vervoerbeplanningsmeganismes. In Hoofstuk 7 word hernuwingstrategieë wat voorgestel is deur die Plaaslike Owerheid van Stellenbosch bespreek.

Die toekoms van die SSK (veral die van Stellenbosch) is 'n kwessie wat versigtig oorweeg moet word. Die veranderende aard van die kleinhandelspatroon, veral as daar gekyk word na die gedesentraliseerde handelsentras, sal verreikende gevolge hê vir die SSK. As daar nie 'n duidelike handelsbeleid vir die middestad geformuleer word nie, sal dit tot 'n geleidelike agteruitgang van die tradisionele sentrum lei.

HOOFSTUK 4: ROLPELERS IN DIE BEPLANNING VAN KLEINHANDEL

4.1 Inleiding

Alle gevestigde dorpe ondervind tot 'n mindere of meedere mate konflik tussen enersyds ontwikkeling en andersyds die behoud van die status quo. Die kleinhandelaar en ontwikkelaar verteenwoordig die een groep wat druk uitoefen om verandering te bewerkstellig. Die bewaringsbewustes in teenstelling hiermee is ingestel om te keer dat verandering plaasvind. Die politici sweef tussen die twee en die beplanner is veronderstel om die vrede tussen al die rolspelers te bewaar (Davies, 1979:7).

Dit is belangrik om die invloed wat elkeen van die rolspelers uitoefen te verstaan, want hierdeur kan die ontwikkelings-, bewarings- en beplanningstrominge beter verstaan word.

4.2 Die Kleinhandelaar / Ontwikkelaar

Druk vir verandering in die kleinhandel kom vanuit een hoofrigting en dit is vanaf die kleinhandel ontwikkelaar. Dit kom nie vanaf die hele kleinhandelsindustrie nie, maar slegs vanaf die agressiewe en hulpbronryke helfte. Die ander helfte is dikwels tevrede en wens dat dinge in vrede gelaat word. Druk vir die verandering in die kleinhandel gee aanleiding tot 'n verskeidenheid reaksies.

Dikwels is kleinhandelaars op soek na addisionele ruimte. Die addisionele ruimte kan benodig word om voorsiening te maak vir motorparkering, diensareas of moderne masjienerie.

Aangesien ruimte teen 'n premie is, kan die kleinhandelaar 'n keuse uitoefen om of in die tradisionele stadskern te bly of uit te beweeg. Albei opsies kan probleme veroorsaak. Uitbreiding kan die historiese vorm van die middedorp bedreig. As die kleinhandelaar uitbeweeg na die voorstede, word hy beskuldig daarvan dat hy die lewe uit die middedorp neem, of dat die waardevolle oop- of landbougrond opgeneem word of dat die ligging ontoeganklik is vir mense wat nie motors het nie.

Kleinhandelaars wat kies om die middedorp te verlaat is dikwels die wat handeldryf in meubels en voedsel, oftewel die wat groot vloer of verkoopsareas nodig het. Dit gaan meestal gepaard met 'n behoefte aan genoegsame gratis parkering vir verbruikers, wat nie moontlik is in die stadsentrum nie.

Die ideale gedesentraliseerde ligging vir kleinhandel is dikwels ook die vestigingsplek van 'n klein gemeenskap, verskeie jare van te vore. Sekere kleinhandelaars gebruik hierdie situasie tot hul voordeel en sê dat hul nie groot sentrum A beroof van sy kliënte nie, maar dat hul nuwe lewe gee aan die kleiner sentrum B, wat voorheen oorskadu is deur sentrum A.

Die kleinhandelaar en kleinhandel ontwikkelaar meen dat hul die verbruiker beter ken as enige ander rolspeler in die beplanning van kleinhandel. Hul verag

dikwels die beplanner, politikus en bewaringsgesinde, wat volgens hulle seker soos hul dit sal stel, “nog nie probeer het om kruideniersware vir die huis te koop op 'n nat wintersdag sonder die gebruik van 'n motor nie.”

Volgens Schiller (Davies, 1979:8-10), wat die patroon in Engeland beskryf, is kleinhandelaars en ontwikkelaars geneig om te sê dat die verbruiker sy belange steun as daar gekyk word na die geld wat spandeer word by sy sentrum, maar die posisie is nie so eenvoudig nie, want dit is hierdie selfde mense wat petisies opstel om byvoorbeeld die klein hoekwinkeltjie te bewaar en om te keer dat winkels in woonbuurtes inbeweeg.

4.3 Die Kleinwinkel-eienaar

Die kleinwinkel-eienaar slaag daarin om skuldgevoelens by die publiek aan te wakker, bv. in politiese toesprake wanneer daar 'n houding van medelye teenoor sy probleme is. 'n Rede hiervoor kan die nostalgiese herinneringe van die vriendelike kleinwinkel-eienaar wees, wat die fokuspunt van sosiale lewe was. 'n Volgende rede kan wees dat hy gesien word as 'n vegter teen die onpersoonlike kettingwinkel. Die algemene houding van die publiek gee aan die kleinwinkel-eienaar 'n redelike invloedryke posisie.

Die doelwit van die kleinwinkel-eienaar is duidelik. Hy wil in vrede gelaat word om 'n lewe vir homself te maak. Hy wil ook keer dat ‘kompetisie’ nie sy bestaansreg benadeel nie. Dit is so dat voorstedelike ontwikkeling besigheid van die stadsentrum sal oorneem, maar sal groot ontwikkeling van die stadsentrum tot voordeel van die kleinwinkels wees? Sommige meen dat dit

nuwe lewe in die stadsentrum sal meebring, wat ook tot voordeel van die kleinwinkel sal wees, terwyl ander meen dat dit inkopers sal weglei vanaf kleinwinkels.

Die antwoord op hierdie dilemma hang af van die tipe besigheid wat die winkel doen. Die voormalige beeld van die kleinwinkel-eienaar was die van 'n buurtwinkelier, maar kleinwinkel-eienaars neig deesdae tot spesialiteitsgoedere (antieke meubels, seëls, musiekinstrumente) en bedien 'n wye opvangarea. Dit is duidelik dat in getal die kleinwinkels besig is om af te neem en dit is grootliks as gevolg van die geleidelike verandering in inkooppatrone.

Dit blyk tog egter dat die groot vraagstukke aangaande kleinhandelontwikkeling nie van toepassing is op die kleinwinkel-eienaar nie. Die spesialiteitswinkel sal voortdurend suksesvol wees, ten spyte van die uitkoms van debatte. Tog is dit nie te sê dat die kleinwinkel-eienaar geen aandeel in hierdie debatte het nie. Inteendeel, voel hy bedreig deur nuwe ontwikkeling en speel hy 'n sleutelrol as gevolg van sy politieke invloed (Davies,1979:11-12).

4.3 Die Bewaringsgesinde

Die term bewaringsgesinde word hier gebruik as 'n algemene term wat alle lede van die publiek insluit wat besorgd is oor die behoud van tradisionele waardes, geskiedkundige gebiede, argitektoniese erfenis en die omgewing. Hierdie mense groepeer hulself in verskillende organisasies. Hul word verenig deur die

feit dat hul aktief betrokke is, in kontras met die res van die publiek wat passief is en hulle besorgdheid sluit alles wat bewaringswaardig is in.

Die aktiewe bewaringsgesindes is 'n klein groepie, maar as gevolg van die absolute stilte vanaf die meerderheid, kan hul bewering dat hulle 'n wye groep verteenwoordig nie ontken of bevestig word nie. Bewaringsgesindes is gewoonlik gekant teen nuwe ontwikkeling. Hul het 'n vaste beeld van die ideale omgewing, wat dikwels uit hul verlede kom en wat nie in pas is met nuwe ontwikkeling nie. As gevolg hiervan is hul nie net teen byvoorbeeld nuwe kleinhandel ontwikkeling nie, maar veg hul ook teen die bou van paaie en kantoorblokke. Die bewaringsgesindes het daarom 'n aansienlike invloed.

By sekere geleenthede neem die organisasie van die bewaringsgesindes die vorm aan van 'n alternatiewe plaaslike regering. Hul het 'n paneel van amateur deskundiges wat die velde van beplanning, vervoer, argitektuur, skakelwese en die reg dupliseer.

Die meer verligte bewaringsgesindes sê dat hul nie die vyande van verandering is nie en dat herontwikkeling dikwels noodsaaklik is om iets te beskerm. Tog as dit kom by voorstedelike ontwikkeling of uitbreiding van die stadsentrum, is dit moeilik om te dink aan 'n voorbeeld waar dit ondersteun is deur bewaringsgesindes. Dit is egter baie maklik om aan voorbeelde van teenkanting te dink. Hierdie teenkanting het ook geleidelik verskerp.

Wanneer 'n groot ontwikkeling voorgestel word wat die bewaringsgesindes wil keer, sal hul begin met 'n propaganda veldtog. Dit is ook op hierdie punt waar die alternatiewe plaaslike regering belangrik is. Tegnieke argumente wat vertwyfeling skep aangaande die nuwe ontwikkeling word voor die media en publiek gelê. Hierdie tegniek het baie krag. Alhoewel sommige van die argumente onverstaanbaar is vir die publiek en politici, en alhoewel die inhoud dikwels vals is, het dit die gevolg om verwarring te skep, wat uiteindelik tot vertwyfeling lei.

As mense, het die bewaringsgesindes twee belangrike eienskappe. Eerstens werk hul nie in die privaat sektor van die ekonomie nie en tweedens is hul ryker as die gemiddelde persoon. Hierdie twee attribute het die gevolg dat hul grootliks immuun is teen die argumente wat gewoonlik ten gunste van kleinhandelsontwikkeling is. Moderne kleinhandelsontwikkeling bied meestal lae pryse en gerief deur skaal en standardisering, wat gewoonlik aantreklik is vir die armer dele van die gemeenskap, iets wat die bewaringsgesinde nie traak nie.

In baie opsigte is die bewaringsgesindes 'n formidabele deelnemer in die debat oor kleinhandelsontwikkeling. Die bewaringsgesinde het geen verantwoordelikheid, geen kiesersdistrik om aan te beantwoord nie en niemand wat hom beheer of dissiplineer soos in die geval van ander rolspelers in die ontwikkeling van kleinhandel nie. Dit gee aan hom ongelooflike vryheid en die vermoë om dikwels media dekking uit te buit (Davies, 1979:12-14).

4.5 Die Politikus

Politici, plaaslik en provinsiaal, verkies dit om eerder op die agtergrond te bly as dit kom by debatte oor kleinhandelsontwikkeling. Hul bespeur 'n ongemaklike interaksie van sosiale-, kommersiële- en omgewingsfaktore. Omstandighede wissel van een dorp na 'n ander. Dit is moeilik vir die politikus om 'n beleid te identifiseer wat die algemene publiek sal aanhang.

Gedesentraliseerde groot sentrums is 'n voorbeeld van 'n potensiële politiese debat. Gewoonlik is dit dat geeneen van die hoof politieke partye hieroor duidelike standpunt inneem nie. Dit is aangesien die voor- en nadele van gedesentraliseerde sentrums onduidelik is wanneer gekyk word vanaf die konvensionele linker en regtervleuel posisies. Die vraag of kleinhandel in die stadsentrum bewaar moet word, strek verder as die normale politieke grense.

Die regering het die mag om ontwikkeling te beheer, maar dit word uitgeoefen as resultaat van die druk vanaf ander rolspelers. Die politikus se werk is nog moeiliker aangesien hy onseker is oor die wense van die algemene publiek (Davies,1979:14-15).

4.6 Die Beplanner

Die beplanner beoordeel die vraag van die kleinhandelaar deur gebruik te maak van kriteria wat nie uitsluitlik kommersiële van aard is nie. Die beplanner meen dat die kleinhandelaar slegs belangstel in die wins wat hy kan maak. Hy oordeel die kleinhandelaar om te sien of hy die gemeenskap na die beste van sy vermoë bedien. Die beplanner moet die gevolge van kleinhandelsdruk aandui.

Die beplanner moet homself afvra of 'n ontwikkeling haalbaar is, of dit 'n bedreiging is tot bewaring of dalk daartoe aanleiding sal gee dat paaie, parkering of ander dele van die infrastruktuur oorversadig sal wees. Hy moet ook oordeel of dit in pas is met bestaande planne en of dit 'n nadelige effek kan hê op bestaande winkels. As die antwoord op enige van die vrae nee is, sal hy hom bearbei vir die afkeuring van die ontwikkeling.

Die konsep van hiërargie is baie belangrik vir die beplanner en daarom het verskeie kleinhandelaars besluit om hierdie konsep te aanvaar sodat goedkeuring verkry kan word vir die voorgestelde ontwikkeling. Hierdie sogenaamde hiërgiese indeling is ook 'n verteenwoordiging van 'n komplekse aangeleentheid, wat misleidend kan wees.

Ten slotte moet die beplanner die impak van die nuwe sentrum op die ander bestaande sentra bepaal. Die kleinwinkel-eienaar, die bewaringsgesindes en die politikus wil weet of dit gaan veroorsaak dat sekere winkels moet toemaak. Dit is ontsettend moeilik om die impak van 'n nuwe ontwikkeling te voorspel en baie min beplanners kan met gesag 'n voorspelling maak. As gevolg hiervan verswak die beplanner se gesag en word die vraag vir die ontwikkeling van kleinhandel 'n politiese debat, eerder as 'n professionele uitspraak (Davies,1979:10-11).

4.7 Samevatting

Deur bogenoemde beskrywing blyk elk van die mikpunte van die verskillende rolspelers duidelik te wees. Die probleem lê egter in die verstaan van die

middele om hierdie doelstellings te bereik. Empiriese bewyse blyk onduidelik te wees wat 'n aantal vrae betref, byvoorbeeld of bewaringsgesindes se standpunte die beste ondersteun word deur die aanmoediging of ontmoediging van moderne kleinhandelontwikkeling in historiese stadsentrums.

Die fundamentele verantwoordelikheid vir die beplanning van kleinhandel moet lê by die politikus en sy dienaar, die beplanner. Alhoewel hul dikwels onseker oor die gevolge van hul aksies is, moet besluite in elk geval geneem word. Dit is net hierdie twee wat nie deur 'n selfsugtige winsmotief, soos die ontwikkelaar, of 'n ingesteldheid om ontwikkeling te keer soos die bewaringsgesindes, kan optree nie. Die politici en die beplanner dra dus die verantwoordelikheid om na die belange van almal te kyk insluitend die belange van die minder welaf, aangesien die groep die negatiewe gevolge van eng markgedrewe optredes direk beleef.

Die eng stremmende effek wat omgewingsgesindes op ontwikkeling uitgeoefen, beïnvloed ook die lae inkomste groepe nadelig. Dit is daarom belangrik dat 'n gewense vlak van ontwikkeling toegelaat word om die lewensvatbaarheid van die stadsentrum te verseker sonder om die geskiedkundige waarde van die gebied te verwater. Omdat die beplanner normaalweg die politici adviseer oor aspekte rakende grondgebruik en ontwikkeling, dra die beplanner in die praktyk die verantwoordelikheid om na die belange van die armes te kyk in die konteks van sosiale en ekonomiese opheffing en na die belange van die dorp, insluitend bewaringsaksies wat benodig mag word, om volhoubare groei op alle vlakke te verseker.

Die beplanner tree dikwels teen die verskillende rolspelers op, dus Schiller (in Davies 1979:10) se beskrywing van die beplanner as die "guardian of the faith."

Die beplanning van kleinhandelsontwikkeling is 'n semi-tegniese, semi-politiese veld. As empiriese bewyse duideliker was, sou daar ook meer tegniese advies en groter invloed op opinie en politiese besluite uitgeoefen kan word.

HOOFSTUK 5: STELLENBOSCH INWONERS SE INKOOPPATRONE

5.1 Inleiding

Hierdie hoofstuk bestaan uit die resultate verkry vanaf die empiriese navorsing wat onder Stellenbosch inwoners gedoen is, om hoofsaaklik die volgende te toets: Stellenbosch inwoners se houding teenoor heersende omstandighede in Stellenbosch se SSK, asook hul voorkeure om buurtsentrums en streekwinkelsentrum te besoek as die middedorp nie aan hul vereistes voldoen of in hul behoeftes voorsien nie.

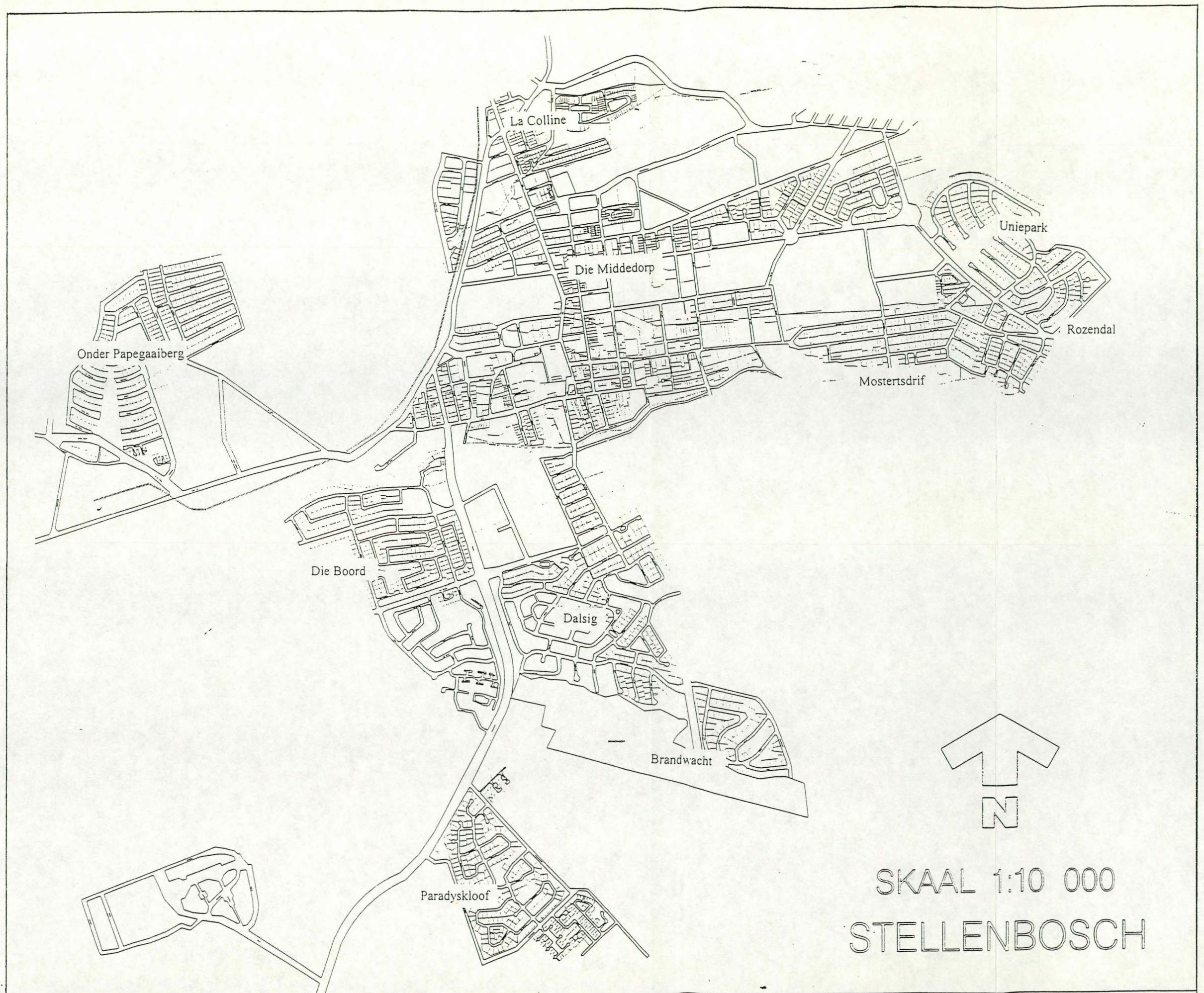
5.2 Steekproefbesonderhede

Hierdie studie is onderneem deur 'n ruimtelike ewekansige steekproef, van tien elk te trek uit tien middel tot hoër inkomste woonbuurte in Stellenbosch, wat 'n totale steekproef van 'n honderd gee. Die rede vir hierdie inkomste groepe is die feit dat die koopkrag hoofsaaklik by hierdie groepe lê. Die tien woonbuurte sluit die volgende in: Brandwacht, Die Boord, Dalsig, La Colline, Middedorp, Mostertsdrift, Onder Papegaaiberg, Paradyskloof, Rozendal en Unipark en word in Figuur 5.1 aangedui. (Sien addendum A as voorbeeld van die vraelys.)

5.3 Analise van opname

5.3.1 Daaglikse inkopiepatroon

Die opname bewys (Tabel 5.1) dat Stellenbosch inwoners oor die algemeen verkies om vir hul daaglikse benodighede, buurtsentrums te gebruik (dit wil sê die sentrum wat die naaste aan hul woning is.)



Figuur 5.1 Stellenbosch Woonbuurtes

In die geval van Onder Papegaaiberg, wat nie 'n buurtsentrum besit nie, is die meeste inkopies (60%) by die Boord Spar gedoen. Daar word ook in 'n mindere mate van Rozenhof kafee (by die stasie) en Paul Roos Kwikspar gebruik gemaak.

In die geval van Uniepark, doen 80% van die respondente hul daaglikse inkopies by die 7-11 in Uniepark: dit wil sê die naaste winkelgroep. Dieselfde geld vir respondente uit Mostertsdrif wat ook naby aan hierdie buurtsentrum geleë is.

In die geval van La Colline is daar geen spesifieke sentrum wat meer gewild is as die ander nie. Sentrums wat naby geleë is, soos Vergenoegd kafee, 7-11 in die Neelsie asook BP Express (Merrimanstraat) word besoek. Wat Rozendal betref, blyk dit weereens dat 7-11 in Uniepark 'n gewilde opsie is. Die respondente in die Middedorp het (soos in die geval van La Colline, wat ook naby die middedorp geleë is) nie 'n spesifieke sentrum wat gereeld besoek word nie. Dit is waarskynlik a.g.v. 'n verskeidenheid winkels wat naby is.

In die geval van Dalsig, Brandwacht, die Boord en Paradyskloof, blyk die Vinyard Spar by die Boord by verre die gewildste opsie te wees. Respondente se kommentaar was dat daar 'n aangename inkoopatmosfeer heers by hierdie sentrum, dat daar genoegsame parkering is en ook natuurlik dat dit sentraal geleë is vir hierdie woonbuurtes. Die poskantoor en apteek wat ook daar geleë is, lei verder tot die gewildheid van hierdie sentrum.

TABEL 5.1 STELLENBOSCH INWONERS SE DAAGLIKSE INKOPIEPATRONE

WOONBUURT	WINKEL											
	Die Boord Spar	Paul Roos Kwikspar	Rozenhof kafee	7-11 Paradyskloof	7-11 Uniedal	Pick'nPay Stellenbosch	7-11 Neelse	Shoprite Stellenbosch	BP Express (Merriman)	BP Express (Dorpstraat)	Vergenoegd kafee	Glad nie*
Onder Papegaaiberg	6	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Uniepark	0	1	0	0	8	1	0	0	0	0	0	0
Mostertsdrif	0	1	0	0	7	0	0	0	0	0	0	2
La Colline	2	0	0	0	0	1	3	0	1	0	1	2
Rozendal	0	1	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0
Die Middedorp	0	2	0	0	0	1	1	2	1	2	0	1
Dalsig	5	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	2
Die Boord	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Paradyskloof	6	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0
Brandwacht	6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAAL	33	11	2	3	24	5	4	4	2	2	1	9

* Hierdie respondente doen glad nie daaglikse inkopies nie.

TABEL 5.2 STELLENBOSCH INWONERS SE WEEKLIKSE INKOPIEPATRONE

WOONBUURT	WINKEL								
	Die Boord Spar	Pick 'n Pay Somerset Mall	7-11 Uniedal	Pick'nPay Stellenbosch	Shoprite Stellenbosch	Pick 'n Pay Tygervallei	Woolworths Stellenbosch	*Glad nie	Totaal
Onder Papegaaiberg	1	1	0	3	1	0	0	4	10
Uniepark	0	1	0	4	0	1	2	2	10
Mostertsdrif	2	0	0	7	0	0	0	1	10
La Colline	0	1	0	5	2	0	0	2	10
Rozendal	0	0	1	6	2	0	0	1	10
Die Middedorp	2	0	0	5	1	0	1	1	10
Dalsig	3	3	0	1	1	0	0	2	10
Die Boord	4	1	0	1	0	0	0	4	10
Paradyskloof	2	3	0	1	0	0	0	4	10
Brandwacht	3	1	0	1	1	0	0	4	10
TOTAAL	17	11	1	34	8	1	3	25	100

* Hierdie respondente doen glad nie weeklikse inkopies nie.

As daar na die totale gekyk word (Tabel 5.1) blyk dit duidelik dat die meeste respondente buurtsentrums besoek (vir kleiner inkopies soos brood en melk) bo winkels in die middeoord.

5.3.2 Weeklikse en maandelikse inkopiepatroon

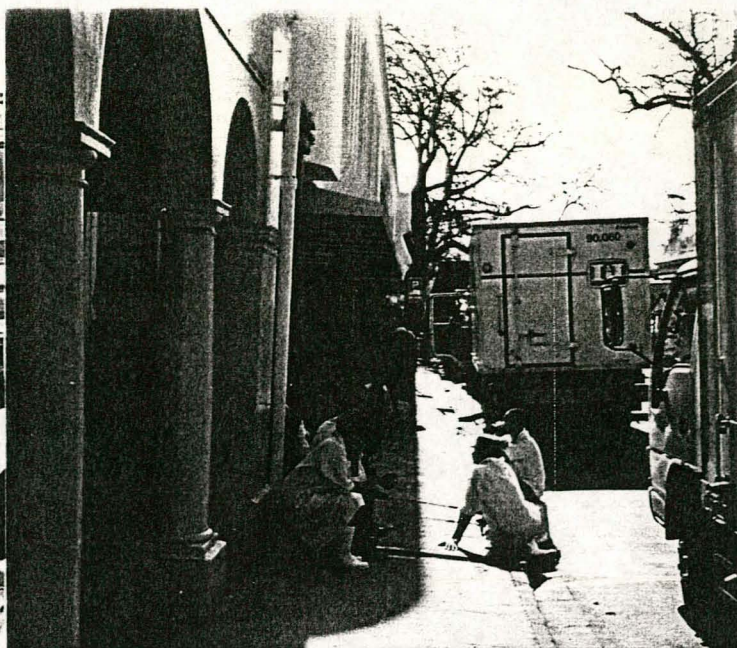
Die weeklikse en maandelikse inkopiepatrone van Stellenbosch inwoners word in Tabel 5.2 en 5.3 aangedui. Die Boord Spar (17%), Pick 'n Pay, Somerset Mall (11%) en Pick 'n Pay, Stellenbosch (34%) blyk die gewildste opsies te wees.

Respondente besoek Pick 'n Pay, Stellenbosch nog steeds (ten spyte van verval in die gebied) as gevolg van die nabyheid van die sentrum en omdat parkering nog nie te ongerieflik geraak het soos by Shoprite in die Eikestad Mall nie. (Sien Figuur 5.2) Baie respondente is tog bereid om Pick 'n Pay, Somerset Mall toe te ry, a.g.v. die gratis parkering en aangename inkoopatmosfeer. Die Boord Spar blyk reg deur die studie 'n gewilde opsie te wees. Dit blyk te wees as gevolg van die gratis parkering en die afwesigheid van werkloos wat vir baie respondente as 'n bedreiging gesien word en Car Care werkers wat as 'n vorm van bedelary gesien word. In Tabel 5.2 word verdere detail oor weeklikse inkopiepatrone van respondente gegee.

Uit Tabel 5.3 is dit duidelik dat daar 'n baie groot deel (62%) van die respondente is wat nie maandelikse inkopies doen nie. Die 38% van die respondente wat wel maandelikse inkopies doen kan vergelyk word met die 75% van die bevolking wat weeklikse inkopies doen. In die geval van



Onaantreklike omgewing - Rommel op straat
en in die leivore



Tekort aan parkering - Parkeerterrein by Eikestad Mall



Die Braak – Kan dit dien as toeristeaantreklikheid?



TABEL 5.3 STELLENBOSCH INWONERS SE MAANDELIKSE INKOPIEPATRONE

WOONBUURT	WINKEL					
	Die Boord Spar	Pick 'n Pay Somerset Mall	Shoprite Stellenbosch	Pick 'n Pay Stellenbosch	*Glad nie	Totaal
Onder Papegaaiberg	1	1	0	2	6	10
Uniepark	0	1	0	2	7	10
Mostertsdrif	2	0	0	1	7	10
La Colline	0	0	2	1	7	10
Rosendal	0	0	1	2	7	10
Die Middedorp	0	0	1	1	8	10
Dalsig	1	1	0	1	7	10
Die Boord	2	4	0	2	2	10
Paradyskloof	1	2	0	0	7	10
Brandwacht	1	1	0	4	4	10
Totaal	8	10	4	16	62	100

* Hierdie respondente doen glad nie maandelikse inkopies nie.

TABEL 5.4 STELLENBOSCH INWONERS SE INKOPIEPATRONE VIR KLERE

WOONBUURT	MIDDEDORP	*WINKELSENTRUMS BUIE DORP	ALBEI	ANDER	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	3	5	1	1	10
Uniepark	4	4	1	1	10
Mostertsdrif	2	8	0	0	10
La Colline	7	3	0	0	10
Rosendal	4	5	1	0	10
Die Middedorp	5	3	2	0	10
Dalsig	6	3	0	1	10
Die Boord	0	9	1	0	10
Paradyskloof	1	7	1	1	10
Brandwacht	1	7	1	1	10
Totaal	33	54	8	5	100

* Tygervalleisentrum
Somerset Mall
Somerset-Wes se middedorp

TABEL 5.5 SENTRAS WAT DEUR STELLENBOSCH INWONERS BESOEK WORD VIR VERMAAK

WOONBUURT	MIDDEDORP	BUIE DORP	ALBEI	*GLAD NIE	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	4	3	1	2	10
Uniepark	7	1	0	2	10
Mostertsdrif	4	2	4	0	10
La Colline	5	1	1	3	10
Rosendal	8	2	0	0	10
Die Middedorp	9	1	0	0	10
Dalsig	6	3	1	0	10
Die Boord	5	5	0	0	10
Paradyskloof	7	2	1	0	10
Brandwacht	8	1	1	0	10
Totaal	63	21	9	7	100

* Hierdie respondente gaan glad nie uit vir vermaak nie.

maandelikse inkopiepatrone, blyk die Boord Spar (8%), Pick 'n Pay, Somerset Mall (10%) en Pick 'n Pay, Stellenbosch (16%) weereens die gewildste opsies te wees.

5.3.3 Inkopiepatroon vir klere, huishoudelike toerusting en vermaak

As na Tabela 5.4, 5.5 en 5.6 gekyk word, wat onderskeidelik die inkopiepatrone vir klere, sentras wat besoek word vir vermaak, asook inkopiepatrone vir huishoudelike toerusting aandui, blyk dit duidelik dat die middedorp 'n gewilde opsie is veral wat vermaak (63%) en die koop van huishoudelike toerusting (64%) betref.

In die geval van inkopies vir klere is winkelsentrums buite die dorp die gewildste opsie. Aanmerkings in hierdie verband wat gereëld deur respondente gemaak word, is die feit dat daar 'n groter verskeidenheid by hierdie winkelsentrums is en 'n rustiger atmosfeer om rond te kyk, aangesien klere inkopies 'n baie meer kieskeurige aksie is as die van kruideniersware inkopies, wat in die eerste drie vrae getoets is. (Sien Addendum A) Die rede waarom huishoudelike toerusting in die middedorp gekoop word, is aangesien addisionele koste vir vervoer van goedere nie aangegaan hoef te word nie, asook die feit dat as iets breek (wat nog onder waarborg is) respondente naby winkels is om dit terug te neem. Ten slotte, wat vermaak betref, het respondente gesê dat hulle verkies om nie in die aand ver te ry nie en dat baie negatiewe faktore wat in die dag heers, (byvoorbeeld tekort aan parkeerplek) nie bestaan in die aand nie. Vermaaklikheidsaktiwiteite word meestal onderneem in die aand.

TABEL 5.6 STELLENBOSCH INWONERS SE INKOPIEPATRONE VIR HUISHOUDELIKE TOERUSTING

WOONBUURT	MIDDEDORP	BUIE DORP	ALBEI	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	8	1	1	10
Uniepark	6	3	1	10
Mostertsdrif	9	0	1	10
La Colline	6	2	2	10
Rosendal	8	1	1	10
Die Middedorp	7	2	1	10
Dalsig	7	2	1	10
Die Boord	3	5	2	10
Paradyskloof	4	4	2	10
Brandwacht	6	2	2	10
Totaal	64	22	14	100

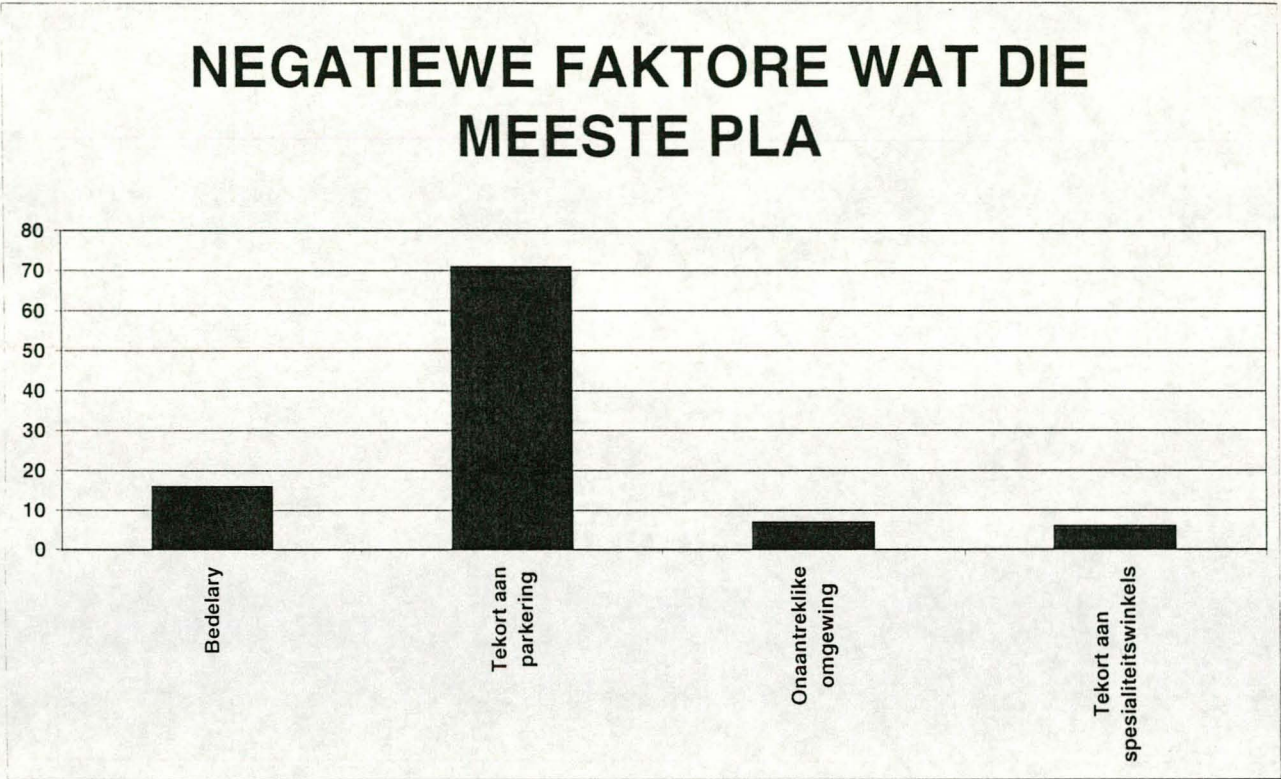
TABEL 5.7 DIE GEREELDHEID WAT NEGATIEWE FAKTORE VAN DIE MIDDEDORP STELLENBOSCH INWONERS PLA

WOONBUURT	ALTYD	SOMTYDS	SELDE	NOOIT	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	5	4	1	0	10
Uniepark	7	2	1	0	10
Mostertsdrif	7	1	2	0	10
La Colline	7	2	1	0	10
Rosendal	6	4	0	0	10
Die Middedorp	8	1	1	0	10
Dalsig	5	3	2	0	10
Die Boord	9	1	0	0	10
Paradyskloof	5	5	0	0	10
Brandwacht	8	2	0	0	10
Totaal	67	25	8	0	100

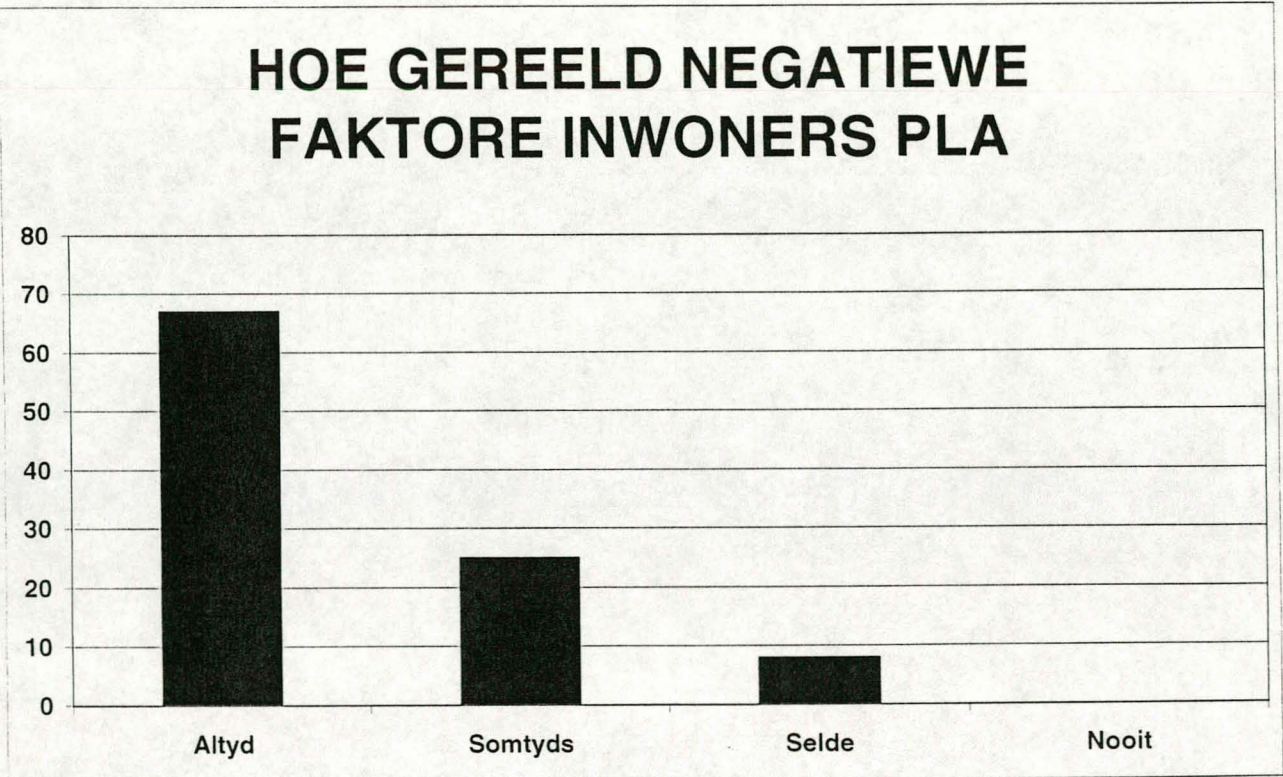
* Negatiewe faktore sluit in: Bedelary
 Tekort aan parkering
 Onaantreklike omgewing
 Tekort aan spesialiteitswinkels

TABEL 5.8 NEGATIEWE FAKTORE VAN DIE MIDDEDORP WAT STELLENBOSCH INWONERS DIE MEESTE PLA

WOONBUURT	BEDELARY	TEKORT AAN PARKERING	ONAANTREKLIKE OMGEWING	TEKORT AAN SPESIALITEITS -WINKELS	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	2	8	0	0	10
Uniepark	2	5	1	2	10
Mostertsdrif	1	8	1	0	10
La Colline	1	8	1	0	10
Rosendal	2	7	0	1	10
Die Middedorp	3	6	1	0	10
Dalsig	1	7	2	0	10
Die Boord	2	7	0	1	10
Paradyskloof	0	9	0	1	10
Brandwacht	2	6	1	1	10
Totaal	16	71	7	6	100



Figuur 5.4



Figuur 5.3

5.3.4 Negatiewe faktore van die middedorp wat Stellenbosch inwoners pla, asook hul bereidheid om buitestedelike winkelsentrums te besoek

Die volgende twee vrae Vraag 8 en 9, Addendum A vorm die kern van die vraelys. Soos duidelik gesien kan word in Tabel 5.7 pla die vier negatiewe faktore (nl. bedelary, tekort aan parkering, onaantreklike omgewing en tekort aan spesialiteitswinkels) 67% van Stellenbosch inwoners. Die respondente het hewig gereageer op hierdie vraag. Die res van die respondente (25%) word somtyds daardeur gepla, terwyl 8% selde daardeur gepla word. Daar is geeneen van die respondente wat glad nie deur hierdie faktore afgesit word nie.

In Tabel 5.8 word gespesifiseer waarom respondente so sterk voel. Vir 71% van die respondente is parkering die grootste bron van ontevredenheid. Sestien persent van die respondente voel dat bedelary die grootste afskrikmiddel vanaf die middedorp is, terwyl die onaantreklikheid van die omgewing en tekort aan spesialiteitswinkels in 'n mindere mate onaanvaarbaar is. Die meerderheid respondente voel dus dat die heersende omstandighede in die middedorp nie na wense is nie. Die area rondom die Eikestad Mall het die meeste reaksie uitgelok. Baie respondente het gesê dat hul net sowel na 'n buitestedelike sentrum kon gery het in die tyd wat hul parkering gesoek het. Respondente het ook kommentaar gelewer op die feit dat parkeermeterkoste duur is en dat die footjie van die Car Care werkers bygereken kan word. Dit in teenstelling met 'n streekwinkelsentrum waar parkering gratis en volop is.

Bogenoemde lei tot die volgende punt van bespreking (Vraag 9), naamlik die bereidwilligheid van Stellenbosch inwoners om buitestedelike winkelsentrums te besoek: Tabel 5.9 dui aan dat 43% van die respondente is altyd bereid om hierdie sentrums te besoek as hul naaste sentrum nie aan hul behoeftes voorsien nie, 37% is somtyds bereid, terwyl 15% selde en 5% nooit buitestedelike sentrums besoek nie.

Tabel 5.10 dui die buitestedelike sentras aan wat die meeste besoek word. Somerset Mall blyk 'n baie gewilde opsie te wees, aangesien 73% van die respondente dit die meeste besoek. Tygervallei lê tweede op 19%, terwyl besoeke aan Somerset-Wes se middedorp amper buite berekening gelaat kan word.

As daar gelet word op die feit dat 67% van die respondente altyd deur 'n negatiewe faktor afgesit word in die middedorp en 80% van die respondente altyd of somtyds bereid is om buitestedelike sentrums te besoek, word dit duidelik dat die veranderende kleinhandelspatroon ook sy merk gemaak het op Stellenbosch. Die agteruitgang van die SSK van Stellenbosch (en ook elders in ons land en die wêreld) dwing mense om buitestedelike sentrums, meesal streekwinkelsentrums, te besoek.

Soos duidelik gesien kan word in Tabele 5.9 en 5.10 is Somerset-Mall en Tygervallei die gewildste sentrums wat deur Stellenbosch inwoners besoek word. Om hierdie rede is dit belangrik om die unieke eienskappe, wat hierdie

neiging uitlok, van hierdie twee sentras te identifiseer. Aandag word hierna in Hoofstuk 6 hieraan gegee.

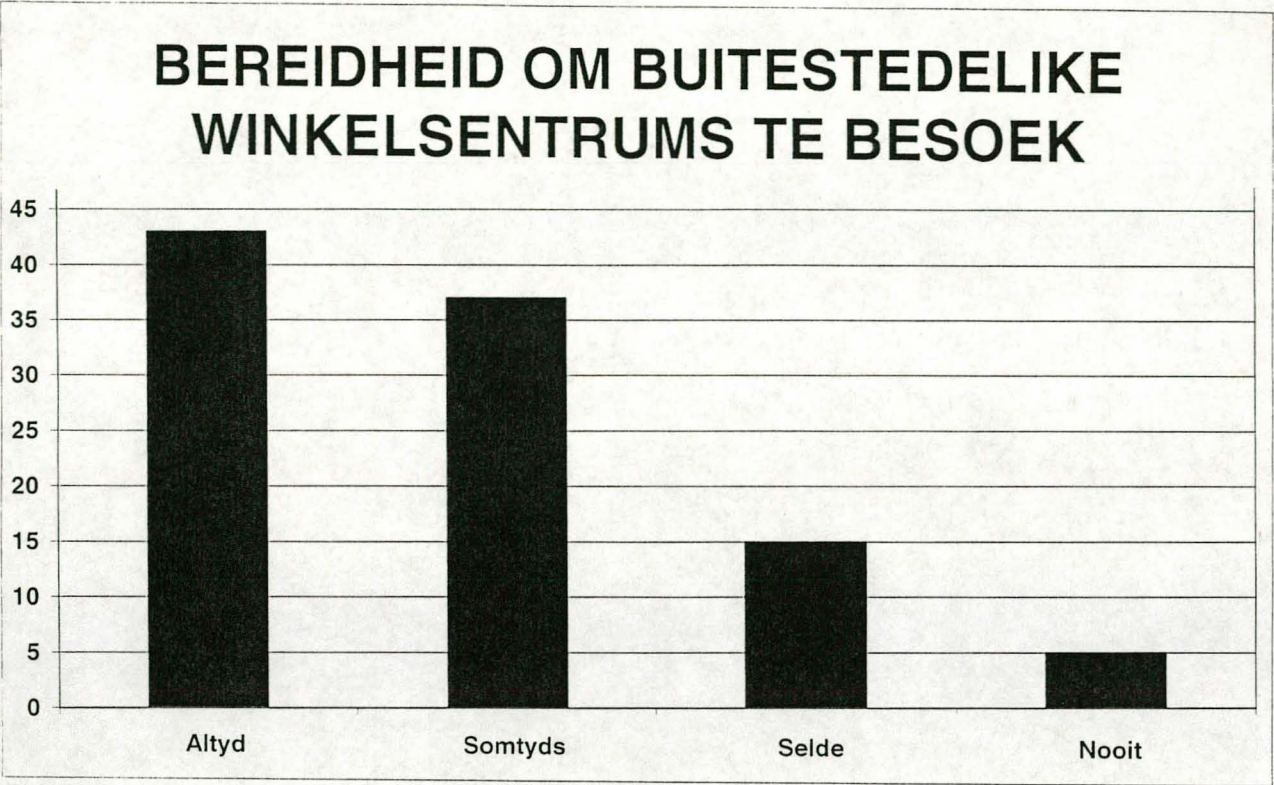
TABEL 5.9 STELLENBOSCH INWONERS SE BEREIDHEID OM BUITESTEDELIKE WINKELSENTRUMS TE BESOEK

WOONBUURT	ALTYD	SOMTYDS	SELDE	NOOIT	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	5	3	2	0	10
Uniepark	1	6	1	2	10
Mostertsdrif	5	3	2	0	10
La Colline	3	4	1	2	10
Rosendal	7	1	2	0	10
Die Middedorp	3	3	3	1	10
Dalsig	4	4	2	0	10
Die Boord	4	5	1	0	10
Paradyskloof	5	5	0	0	10
Brandwacht	6	3	1	0	10
Totaal	43	37	15	5	100

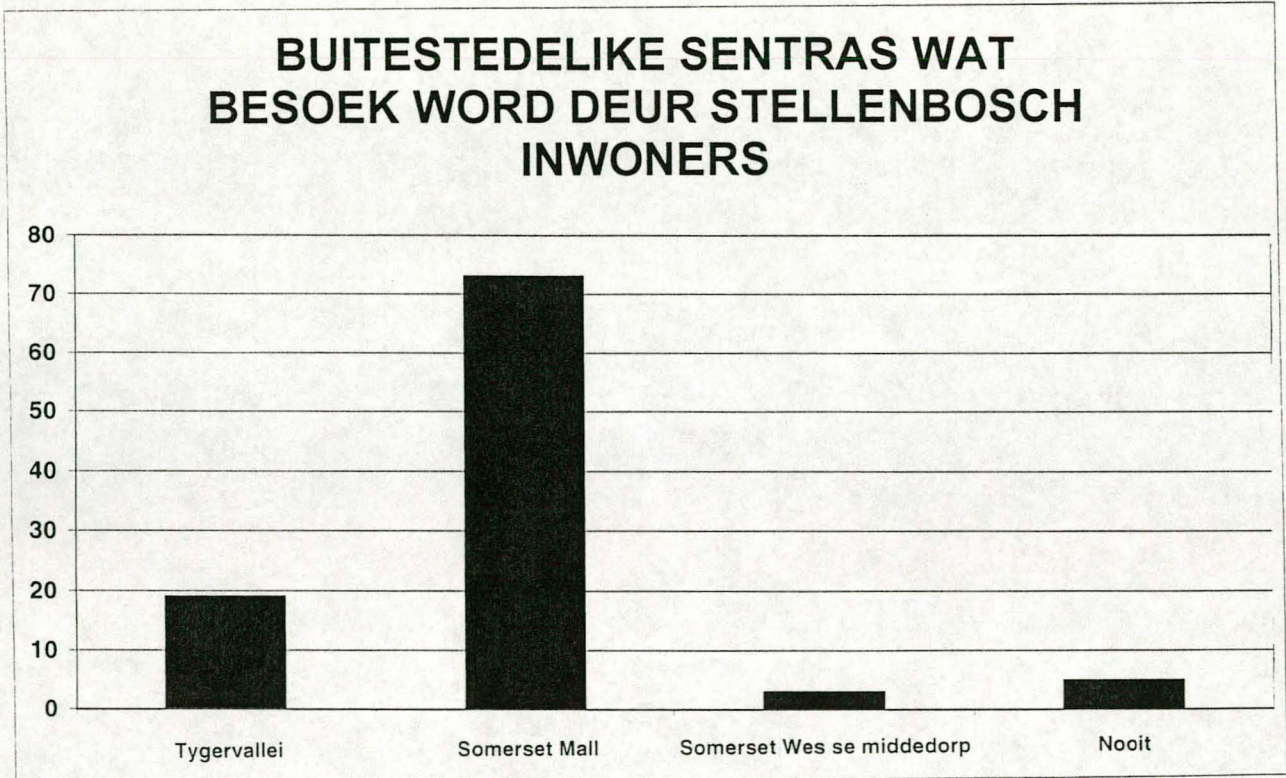
TABEL 5.10 BUITESTEDELIKE SENTRAS WAT DEUR STELLENBOSCH INWONERS BESOEK WORD

WOONBUURT	TYGERVALLEI	SOMERSET MALL	SOMERSET MALL SE MIDDEDORP	*NOOIT	TOTAAL
Onder Papegaaiberg	3	7	0	0	10
Uniepark	1	7	0	2	10
Mostertsdrif	1	9	0	0	10
La Colline	2	5	1	2	10
Rosendal	3	7	0	0	10
Die Middedorp	3	5	1	1	10
Dalsig	3	7	0	0	10
Die Boord	2	8	0	0	10
Paradyskloof	0	10	0	0	10
Brandwacht	1	8	1	0	10
Totaal	19	73	3	5	100

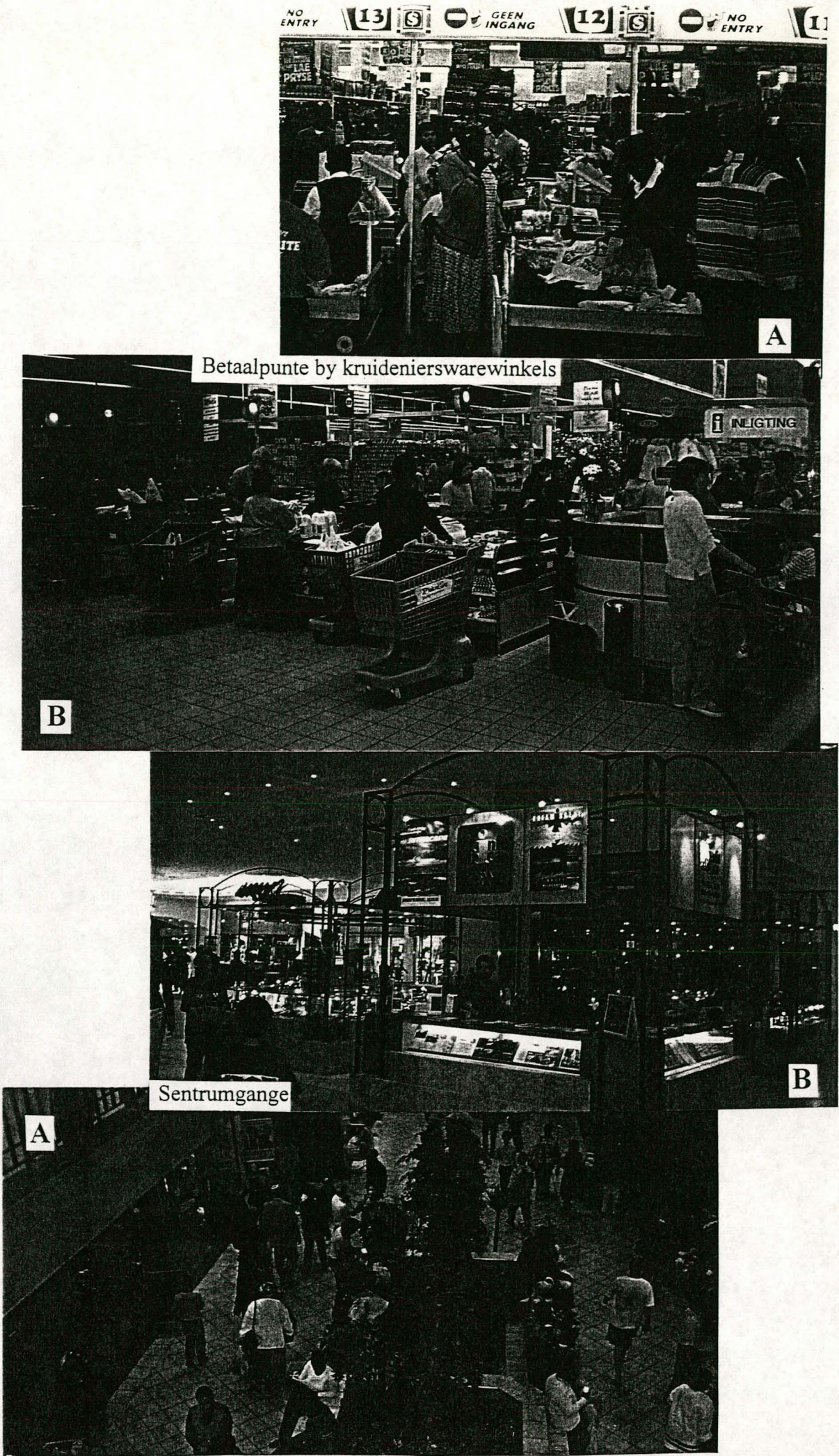
* Hierdie respondente besoek nooit buitestedelike sentras nie



Figuur 5.5



Figuur 5.6



Figuur 5.7. Verskeie toestande by A (sentrum in die middedern)

HOOFSTUK 6: GEVALLESTUDIE- DIE ONTWIKKELING VAN DIE TYGERVALLEI EN SOMERSET MALL STREEKWINKELSENTRUMS

6.1 Inleiding

Die twee sentras wat noordwes en suidwes van Stellenbosch geleë is, is voorbeelde van die tipiese beheerde streeksentra wat die bestaande inkopiepatroon van bestaande dorpe beïnvloed. Dit is juis waarom dit belangrik is om van hulle te ondersoek:

6.2 Die Tygervalleisentrum (Figuur 6.1)

6.2.1 Ontwikkelingspotensiaal

Wat voorheen 'n uitgraving van 18 hektaar op die buiterand van Bellville was, is in 1985 getransformeer tot een van die Kaap se mees uitsonderlike winkelsenentrums, net 25 minute (30 km) vanaf Stellenbosch.

Wye marknavorsing wat deur Monex ontwikkelaars onderneem is, het aangetoon dat die Tygervallei area op die episentrum van die vinnig groeiende noordelike voorstede geleë is. Die area was ver van volkome ontwikkel en groot dele van die beskikbare grond, wat ou landbougrond was, was in die proses van hersonering om die vinnig groeiende residensiële ontwikkeling te akkommodeer (Onderhoud: C. Basson).

Navorsing het ook aangetoon dat die gesinne wat woonagtig is in die gebied van die voorgestelde ontwikkeling, 'n hoë vlak van opvoeding het, hoë



Figuur 6.1: Liggingsplan van Tygervalleisentrum (sentrum in rooi op kaart aangedui)

lewenstyle handhaaf, onder die top inkomste groep val, en amper nêrens het om inkope te doen wat voldoen aan hul lewenstandaarde nie.

Die ligging van die nuwe sentrum was ideaal. Dit het aan beleggers die moontlikheid vir goeie winste gebied. Dit bied aan die kliënte eenstop inkopies op hul voorstoep. Dit bied aan huurders 'n onbeperkte mark van hoë- en middelinkomste inkopers. Dit bied ook 'n hoog betalende huurbate aan Tygerberg Stad.

6.2.2 Twyfeling, maar toe die onmiddellike sukses

Voornemende huurders het aanvanklik gehuiwer oor die lewensvatbaarheid van die nuwe sentrum, omdat volgens hulle die ligging te verwyderd was van Bellville en Durbanville. Soos die projek gevorder het, het kleinhandelaars wat eers bedenkeninge gehad het, van die voordele bewus geword en hul mening verander.

Die sentrum het 'n oorspronklike handelsarea van $64\,002\text{m}^2$ gehad. Dit was so suksesvol, dat 'n addisionele $12\,000\text{m}^2$ vyf jaar later, in 1992 bygevoeg is. In 1996 en 1998 is dit verder vergroot, met 'n onderdak parkeergarage en nuwe ingange met addisionele winkels. Die sentrum het tot op hede 'n totaal van $81\,000\text{m}^2$ bruto verhuurbare oppervlakte (Basson, 1998:5).

6.2.3 Unieke eienskappe van die sentrum

Geïnkorporeer in die lugversorgde wandelgange, wat verlig word met natuurlike lug en versier is met fonteine en tropiese tuine, is 'n volle toegeruste Promosiearea. Dit word gebruik vir uitstallings, modeparades en skoonheidskompetisies. Hierdie fasiliteit is uniek aan die sentrum, en het die sentrum ver voor enige ander sentrum geplaas. Daar is tot op hede nog geen ander sentrum met hierdie fasiliteit nie.

Hierdie fasiliteit het beteken dat vanaf die eerste dag wat die sentrum oopgemaak het, dit meer kon bied as net inkopies. Dit het ook gesofistikeerde ontspanningsgeleenthede gebied deur gratis vermaak, (of sekere betaalde geleenthede by die rolprent teaters), uiteet, deel te neem aan kompetisies en verskeie ander gesinsvermaak.

Vir die hoë inkomste groepe bied die sentrum feitlik alles wat hulle kan begeer.

Die Tygervalleisentrum het ook sy eie miniatuur stoomtrein gehad, die Tygervallei Express, wat op 'n 3 km spoor geloop het. Dit het vir jare geloop en duisende kinders en volwassenes gedra, totdat dit moes toemaak vanweë verdere ontwikkeling in die gebied. Dit was nog iets wat alleen eie aan die sentrum is en wat 'n uitbreiding van die tradisionele inkoop ondervinding was (Basson, 1998:6).

Die sentrum het ook sy eie tydskrif, Nova, wat gratis is en afgelewer word by huise in die primêre handelsgebied.

6.2.4 Mikpunt vir goeie ontwerp

Die sentrum mikpunt vir ontwerp, bemarking, promosie en bestuur was die van top Amerikaanse winkelsentrums van die dag. 'n Vroeë ondersoek het aangetoon dat sekere inkopers die pragtige binnekant van die sentrum met sy wit marmer, glas, koper, fonteine, plante en gewilde pianis (met sy pragtige wit klavier), ietwat oorweldigend gevind het. Daar was bekommernis dat inkopers kan dink dat dit 'n ontsettende duur plek is om inkopies te doen. 'n Gepaste advertensie veldtog het vinnig hierdie denke uit die weg geruim en inkopers aangemoedig om die omgewing te kom geniet, terwyl hul presies dieselfde betaal as wat hul sou in soortgelyke winkels elders.

6.2.5 Markvraag

Die verwagte residensiële groei in die gebied het alle verwagtinge oortref. Spoedig was daar van die duurste privaat eiendomme op die voorstoep van die sentrum. Meer en meer hoë inkomste behuising en veral groepbehuising is opgerig, asook eksklusiewe kantoorpark ontwikkelings.

Die N1 vanaf Kaapstad, het 'n ongeblokkeerde snelweg gebly, waarmee motoriste vinnig-vinnig van Kaapstad se SSK na 'n gratis parkeerplek by Tygervallei, in 12 tot 15 minute kon beweeg. Tygerberg Stad het interne paaie wat die sentrum voed verbreed en addisionele toegangsroetes gebou om vloei te verbeter.

Sentrumgange

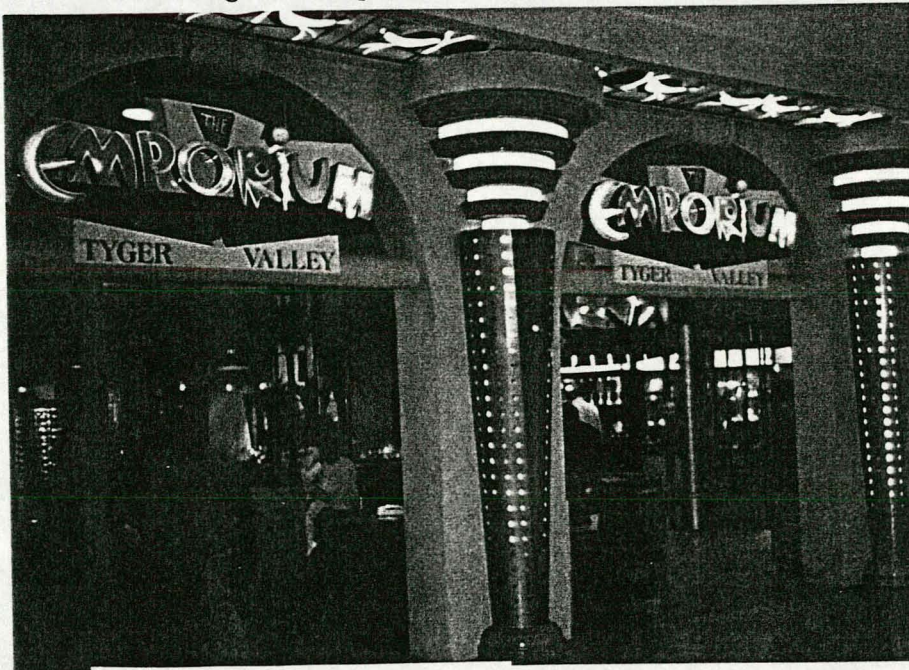


57

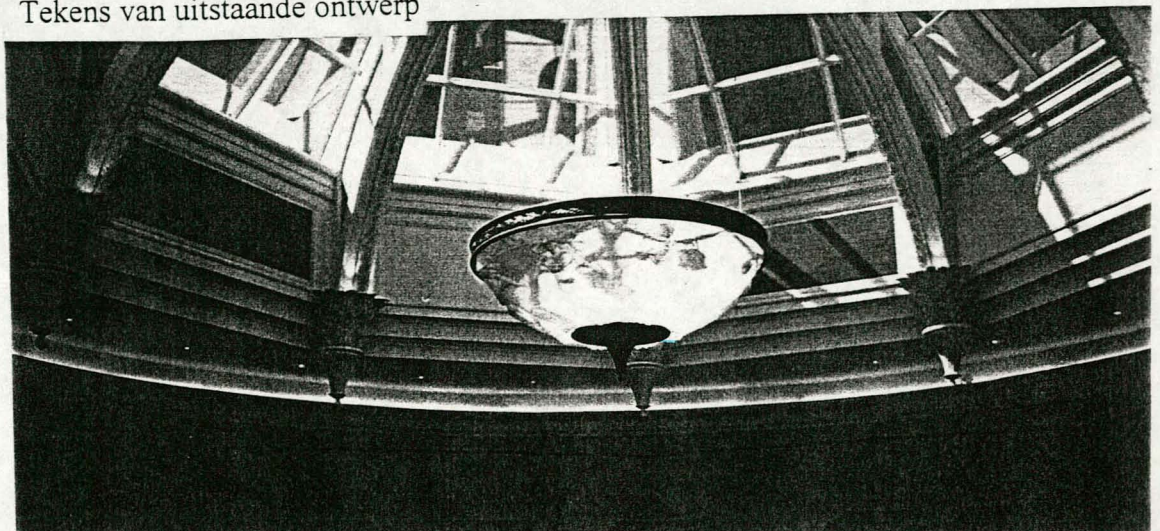
Ingang na die sentru



Nuwe uitbreiding: Die Emporium



Tekens van uitstaande ontwerp



6.2.6 Uitbreidings

Daar is in 1992 uitbreidings aan die sentrum gemaak. Dit het plaasgevind volgens die Amerikaanse patroon. Die uitbreiding het voorsiening gemaak vir drie vlakke van boetieks, winkels, banke, restaurante en kiosks, asook vir 'n groot oop area waar inkopers videos op 'n grootskerm kon kyk. Hierdie nuwe uitbreiding is die "Mississippi Detour" genoem.

In Desember 1996 is daar 'n onderdak parkeerarea vir 1094 motors geopen. Nuwe ingange is geskep, asook 18 bykomende winkels. Die totale aantal parkeerplekke is tans 5100.

Daar is egter deurentyd uitbreiding en hernuwing aan die sentrum. Op 4 September 1999 is 'n splinternuwe deel geopen. Dit word die Emporium genoem en sal 'n addisionele 2221m² by die sentrum voeg (Nova, Aug, 1999).

6.2.7 Die klem op ontspanning

Wanneer daar vertonings in die Promosiearea gehou word, word dit terselfdertyd op die Grootskerm in die "Mississippi Detour" vertoon. Dus kan duisende inkopers gratis die vertoning sien.

Die ontspanningskomponent van die sentrum is geskep om inkopers se behoeftes te bevredig. Inkopers het gewissel van konserwatiewe gesinslede, wat dit verkies het om by die huis te eet, na meer avontuurlustige individue, wat die ervaring van eet weg van die huis wou ervaar, tesame met vermaak en ontspanning.

6.2.8 Volhoubare groei

Elke jaar, ten spyte van swak ekonomiese toestande, het die sentrum toename in handel getoon.

Jaarlikse toename in omset: 94/95 R639 miljoen

95/96 R762.8 miljoen

96/97 R881,1 miljoen

97/98 R964,7 miljoen

Daar was 'n merkbare toename in verkeer van die sekondêre opvanggebied en van toeriste. Maandelikse verkeer is 1,2 miljoen besoekers.

6.2.9 Die inkoperprofiel

Die sentrum se ligging is van so 'n aard dat hoër en middel inkomste inkopers geteiken word. In 1995 was die gemiddelde maandelikse inkomste van 'n Tygervallei huishouding R10 650. Elke gesin het 1.7 inkomste verdieners en 1.7 motors gehad. Die gemiddelde groote van 'n huishouding was 3,4 mense. Sewe en tagtig persent van die inkopers het matriek of 'n hoër opleiding – 28% hiervan het 'n diploma en 13% het 'n universiteitsgraad.

Amper 40% van alle inkopers kom na die sentrum met die hoofdoel van rondneus, maar 'n driekwart van hulle koop dan iets. Die gemiddelde bedrag geld wat per besoek by die sentrum spandeer word, is R79 en die inkoper spandeer gemiddeld 1 uur en 45 minute in die sentrum.

Wat besoeke na die sentrum betref, besoek 40% van die mense die sentrum gereëld, dit wil sê 'n paar keer per week. Hul hoof motivering om die sentrum te besoek, is die verskeidenheid van produkte, gevolg deur die skoon omgewing en aangename atmosfeer.

Resultate van 'n inkoper opname in 1995, dui daarop dat die sentrum grootendeels deur wit, Afrikaansprekende vroue besoek word. Die "Mississippi Detour" lok 50% Engelsprekende besoekers, wat meestal jonger is as inkopers in die res van die sentrum. Tabel 6.1 dui die demografiese profiel van inkopers aan.

'n Onlangse opname van motors wat geparkeer is by die sentrum, het beduidend daarop getoon dat besoekers van verder as die onmiddellike omgewing, nou meer as ooit tevore die sentrum besoek. Dit is veral die geval in die somervakansies.

6.2.10 Motiverings om te koop by die Tygervalleisentrum

Die hoofrede hoekom die sentrum besoek word, is as gevolg van die wye verskeidenheid goedere en dat dit voldoen aan die ideaal van "eenstop inkopies in die voorstede". Dit is veral die geval by die sekondêre handelsgebied respondente. Rondneus is 'n belangrike motivering om die sentrum te besoek. Party respondente het ook kommentaar gelewer op die higiëniese toestande van

Tabel 6.1: Demografiese Profiel van Inkopers

Basis	Totaal 150	Primêre Handelsgebied 108	Sekondêre Handelsgebied 42
<u>Ras</u>	%	%	%
Blanke	75	78	67
Kleurling	23	20	28
Swart	3	2	5
<u>Geslag</u>			
Manlik	21	20	21
Vroulik	79	80	79
<u>Taal</u>			
Afrikaans	29	32	21
Engels	69	68	74
Ander	2	1	5
<u>Huwelikstatus</u>			
Getroud	55	57	52
Voorheen getroud	11	8	17
Ongetroud	33	35	29
<u>Ouderdom</u>			
Jonger as 24	22	21	24
25 tot 34	23	25	19
35 tot 44	27	26	29
45 tot 54	15	18	10
55 en ouer	13	10	19
<u>Huishouding detail</u>			
Getal volwassenes	2.3	2.2	2.4
Getal skoolkinders	0.8	0.8	0.9
Getal babas	0.3	0.3	0.2
Gem. huishouding groote	3.4	3.3	3.5
Gem. getal inkomste verdieners	1.7	1.7	1.7
Gem. maandelikse huishoudelike inkomste	R10260	R10080	R10840
Gem. getal voertuie	1.7	1.7	1.6

die sentrum (veral die sekondêre handelsgebied respondente) en die aangename atmosfeer as eienskappe van die sentrum waarvan hul hou. Dit is ook interessant om te sien dat inkopers van die sekondêre handelsgebied meer geneig was om die gratis parkeering te noem as die in die primêre handelsgebied. Tabel 6.2 dui verder die redes aan waarom die sentrum besoek word.

6.2.11 Die Pad vorentoe

Die tien jaar meesterplan vir Tygervallei is daarop gerig om die sentrum deurentyd ver voor sy mededingers te plaas, om altyd aan sy inkopers te bied wat hul wil hê, om aan huurders maksimum handelsgeleentheid te bied en te dien as voorbeeld van perfeksie vir alle streekwinkelsentrums in Suid-Afrika.

In die volgende paar jaar sal winkelfronte in die ouer dele van die sentrum herontwerp en opgegradeer word, die binnekant van winkels sal oorgedoen word en sommige van die afdelingswinkels (Edgars, Woolworths, Boardmans en Pick 'n Pay) sal vergroot word. Sommige van die hoofingange sal ook herontwerp word en het alreeds in aanvang getree. Meer onderdak parkering sal ook voorsien word, aangesien verkeer na die sentrum aanhou groei en padtoegang sal verbeter word deur die implementering van planne wat voorgestel is deur Tygerberg Stad en die Provinsiale Padingenieurs.

Tabel 6.2 Redes waarom sentrum besoek word

Basis	Totaal 150	Primêre Handelsgebied	Sekondêre Handelsgebied
	%	%	%
Groot verskeidenheid goedere	51	49	57
Eenstop inkopies	47	47	45
Rondneus	31	30	36
Skoon sentrum	27	24	36
Groot verskeidenheid winkels	27	25	31
Aangename atmosfeer	25	25	26
Winkelure	21	19	26
Goeie kwaliteit goedere	20	19	24
Naby huis	19	27	0
Vermaak	19	18	21
Goeie sekuriteit	15	13	19
Gratis parkering	13	10	21
Volop parkering	10	7	17
Maklik bereikbaar	7	9	2
Gemaklik met ander inkopers	7	8	5
Behulpsume personeel	5	6	5
Naby werk	5	4	7
Eet plekke/koffiewinkels	4	4	5

6.3 Die Somerset Mall

6.3.1 Algemene eienskappe

Somerset Mall is geleë by 'n interseksie van die N2 en die R44, by Somerset-Wes, op 'n perseel wat eens as landbougrond gesoneer was. Dit is geopen in September 1993 en beslaan 40 000m², waarvan 36 200m² bruto verhuurbare oppervlakte is. Daar is 115 winkels in die sentrum, asook 2 200 parkeerplekke op die perseel.

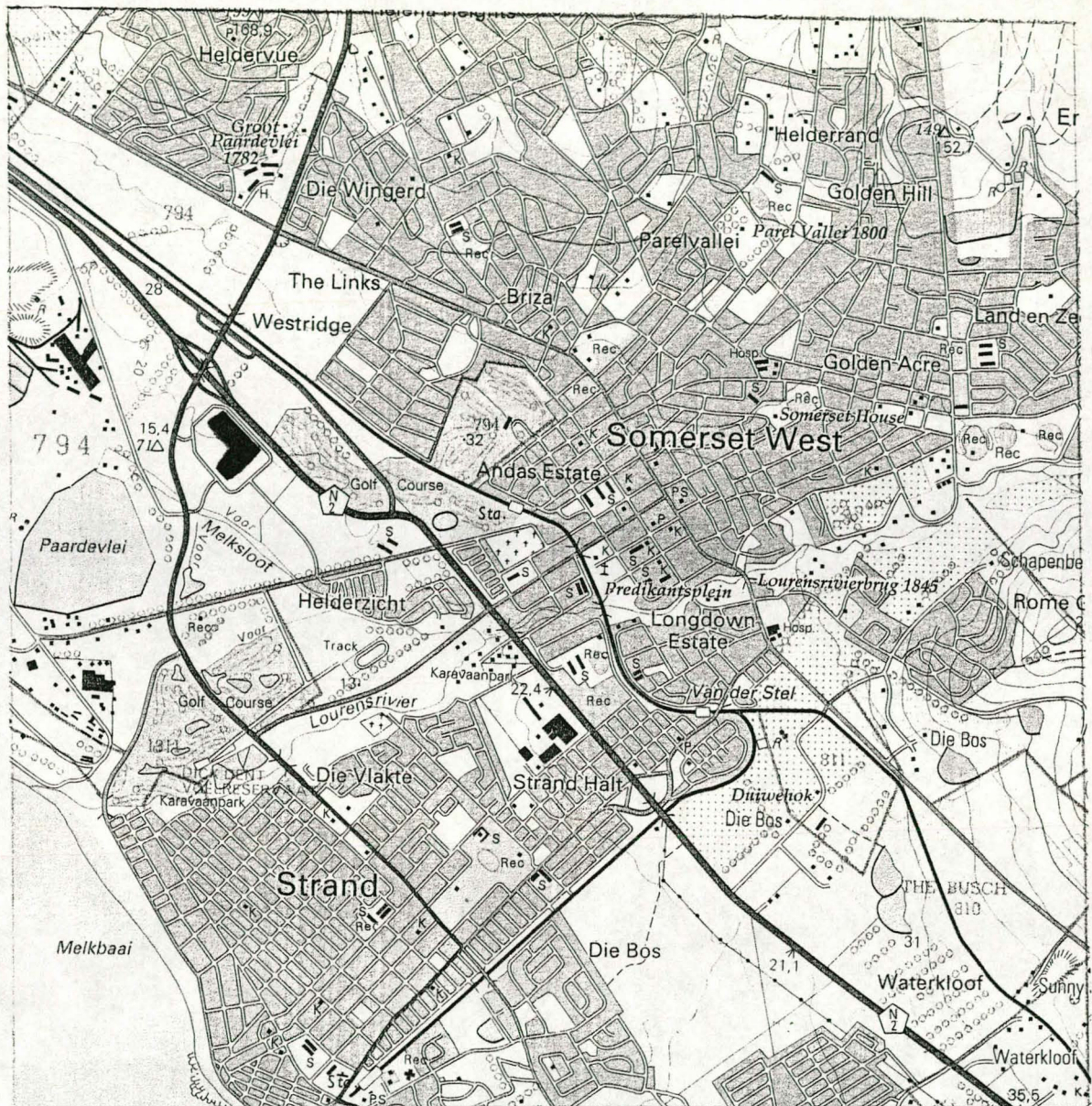
Die hoof huurders van die sentrum is Pick 'n Pay, Edgars, Woolworths, Ster Kinekor (wat bestaan uit ses fliks), Jet en verskeie ander nasionale handelsgroepe.

6.3.2 Sukses van die sentrum

Net soos in die geval van die Tygervalleisentrum was die Somerset Mall nie so suksesvol in sy eerste bestaansjaar nie. Vanaf die tweede jaar van sy bestaan was daar egter merkwaardige groei van gemiddeld 12% tot 15% per jaar.

6.3.3 Unieke karaktertrekke

Die sentrum is beplan op een vlak en is uiters gebruikersvriendelik. Daar bestaan fasiliteite vir parapleë, moedersorg en 'n kinderspeelarea langs die busterminal. Restaurante en koffiewinkels is regoor die sentrum versprei en is nie (soos in die geval van Tygervallei) in een gebied gesentreer nie.



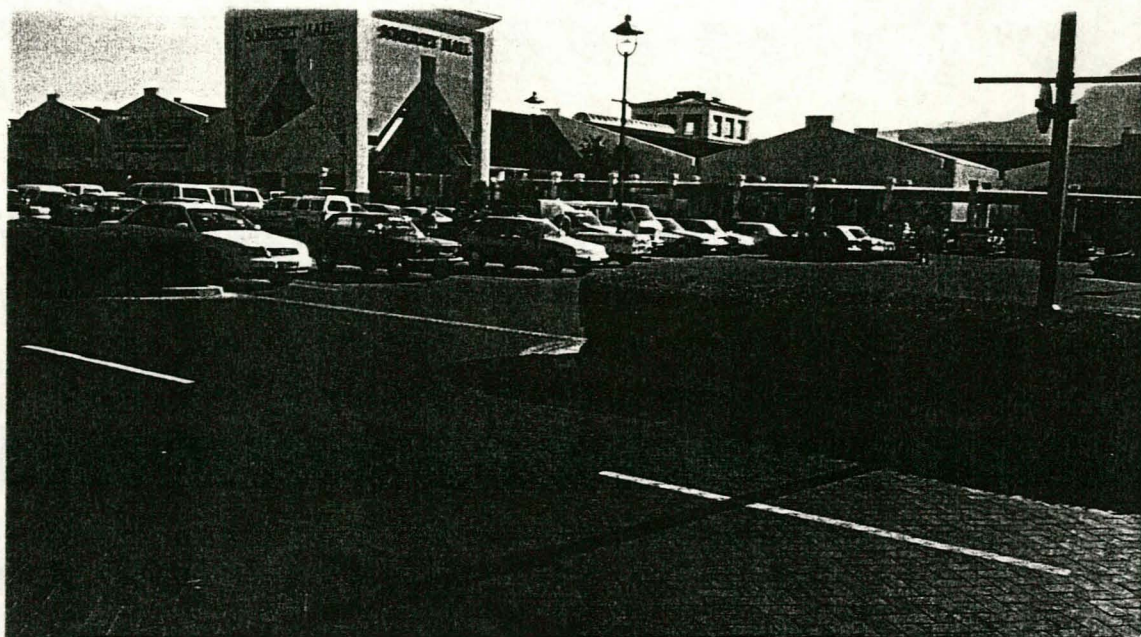
Figuur 6.3 Liggingsplan van Somerset Mall (sentrum in rooi op kaart aangedui)

Die sentrum is gebou in 'n L-vorm en het drie ingange. Loopgange aan alle kante van hierdie ingange beskerm die inkoper en gee direkte toegang tot die bus en taxi terminale.

Die natuurlike lig in die sentrum, die plante en die warm kleure van die bankies en die plantbakke, asook die terracotta teëls, met die wit en groen marmer tussenin, skep 'n binneshuise straat, wat die individuele winkelaansig bevorder en daartoe aanleiding gee dat handelsgoedere die hooffokus word reg deur die Mall.

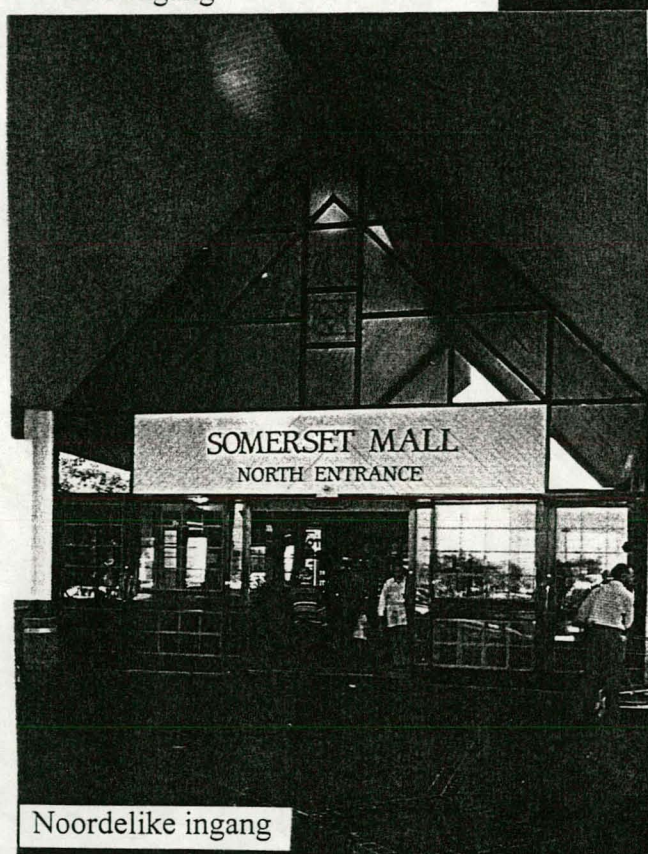
Die sentrum binnehof en waterversiering bied 'n permanente platform vir promosie en ander aktiwiteite. Dit is geleë by die Ster Kinekor en ander vermaaklikheidsaantreklikhede. 'n Kliëntdiens is ook in hierdie gebied geleë. Die kleiner binnehowe by Pick 'n Pay en Woolworths, het 'n toringklok as sentrale kenmerk.

Nog 'n unieke eienskap van die sentrum is die feit dat die sentrumgange wyer is as die normale streekwinkelsentrumgange. 'n Volgende faktor wat die sentrum baie gewild maak, is die professionele diens wat deur Disa Car Watch gelewer word en daartoe lei dat die inkoper gerus sy inkopies kan doen en weet sy motor is veilig. Die estetiese waarde van die sentrum word hoog aangeskryf en Somerset-Mall is verlede jaar aangewys as die skoonste winkelsentrum in die Wes-Kaap (Onderhoud:R.Louw).



Die hoofingang

Sentrumgang



Noordelike ingang



6.3.4 Mikpunt vir goeie ontwerp

Somerset Mall weerspieël die jongste ontwerpmodos van plaaslike en oorsese winkelsentrums, tesame met die tradisionele streeksinvloede van die Kaap. Die "Kaaps-Argitektoniese" tema is regdeur die sentrum deurgevoer, sodat die gevoel van die streek behoue kan bly. Daar is ook gehoop om met hierdie ontwerp ontspanning en die gevoel van 'n rustige ambians te bevorder.

6.3.5 Uitbreidings

Somerset Mall is tans besig om sy tweede fase van ontwikkeling binne te tree. Dit sal 'n addisionele 15 000 m² by die sentrum voeg. Daar word gehoop om dit so spoedig soos reeds volgende jaar September te voltooi.

6.3.6 Inkoperprofiel

Die Somerset-Mall se teiken mark is hoër en middel inkomste groepe. Die handelsarea van Somerset Mall is as volg:

- Primêre handelsarea (Helderbergkom) 63.5%
- Sekondêre handelsgebied (Stellenbosch en Overberg) 23.1%
- Tersiere handelsgebied (Noordelike voorstede) 13.4%

Daar is min of meer 32 500 behuisingseenhede in die primêre handelsarea, met 'n bevolking van ongeveer 115 000 mense en 20 000 eenhede in die sekondêre handelsgebied, met ongeveer 73 000 mense.

Die belangrikste demografiese eienskappe van die Somerset Mall inkoper is as volg. Die gemiddelde inkoper se ouderdom is 40 jaar. Die gemiddelde groote

van 'n huishoudings in die primêre handelsarea is 3,2 mense, die hoeveelheid motors per huishouding is 1,8, terwyl die gemiddelde inkomste per huishouding ongeveer R8 500 per maand is.

Inkopers is meestal witboortjie werkers (72%), met 'n hoë vlak van opleiding en is hoofsaaklik (80%) Afrikaanssprekend. Inkopers het 'n wye verskeidenheid beroepe. Die volgende sluit die hoof kategorieë in:

- | | |
|-----------------------------|-----|
| - Professioneel | 21% |
| - Huisvrouens | 18% |
| - Klerke | 8% |
| - Tegnici | 6% |
| - Mense in bestuursposisies | 6% |
| - Afgetredes | 14% |

Redes waarom die sentrum besoek word, is hoofsaaklik vir meerdoelige inkopies (40%), kruideniersware inkopies (25%), asook vir klerke inkopies (10%). Een en sewentig persent van alle inkopers besoek die sentrum eenmaal per week. Die gemiddelde tyd wat spandeer word in die sentrum, is 95 minute en die gemiddelde bedrag wat spandeer word, is R90. Dertig persent van alle inkope word met 'n kredietkaart gedoen (Onderhoud: R.Louw).

Die gemiddelde voetganger telling vir 1998 was 21 000 mense op 'n Saterdag, 12 000 mense op 'n Sondag en ongeveer 7 000 mense op 'n Donderdag. Daar was ook 'n goeie verspreiding van inkopers by al die drie ingange, met

hoofsaaklik ewe veel mense by elke ingang. Daar word bereken dat tussen 280 000 en 320 000 mense die sentrum per maand besoek (Onderhoud: R. Louw).

6.3.7 Die pad vorentoe

Soos reeds bespreek, is die sentrum nou op die punt om te begin met die tweede fase van ontwikkeling. Die meesterplan vir Somerset-Mall strek egter nog verder as dit, aangesien daar ook met 'n derde fase van ontwikkeling oor drie tot vier jaar begin sal word.

6.4 Samevatting

Uit voorgaande bespreking is dit duidelik dat hierdie twee sentrums voldoen aan die hoogste standaarde. Dit wil voorkom asof Somerset-Mall meestal ondersteun word deur inkopers wat op 'n gereelde basis inkopies (veral kruideniersware) daar kom doen. Dit is ook die geval by Tygervallei, maar hierdie sentrum speel 'n groter rol wat vermaak en toeristeaantreklikheid betref. Dit is daarom duidelik waarom hierdie sentrums albei sulke gewilde opsies is by Stellenbosch se inwoners.

HOOFSTUK 7: SPESIFIEKE FOKUS OP STELLENBOSCH SE MIDDEDORP

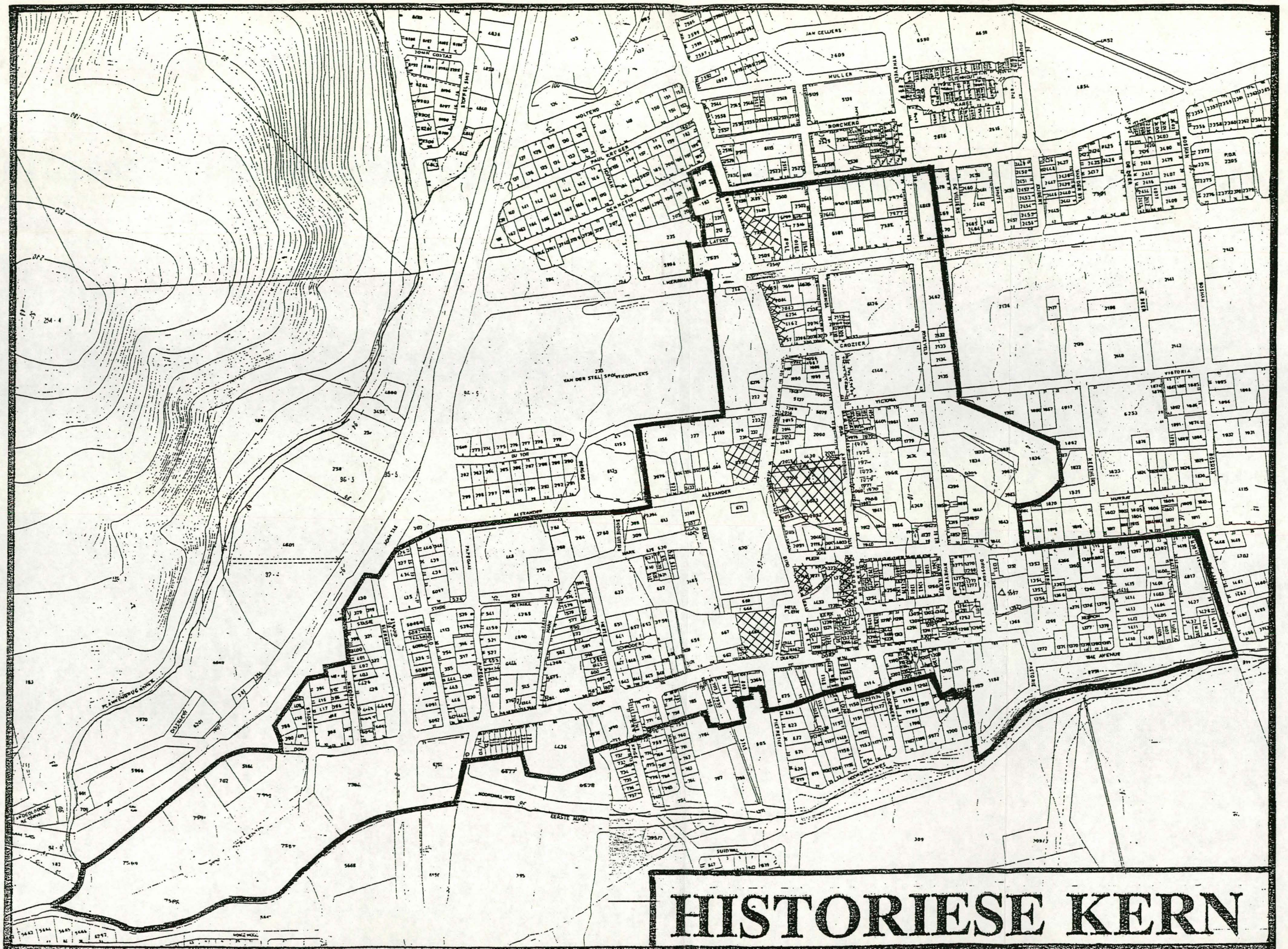
7.1 Inleiding

In hoofstuk 5 is daar by wyse van 'n empiriese studie bewys dat Stellenbosch se inwoners as gevolg van sekere negatiewe faktore wat heers in die middedorp, dit verkies om gedesentraliseerde sentrums soos Tygervallei en Somerset Mall te besoek. Die unieke eienskappe wat daartoe aanleiding gegee het dat hierdie sentrums so gewild is, is dan ook in die voorafgaande hoofstuk bespreek. Daar is egter nou 'n baie belangrike kwessie voor oë. Wat is die implikasie van hierdie gedesentraliseerde inkopiepatrone op die middedorp van Stellenbosch?

7.2 Die implikasies vir die historiese kern van Stellenbosch

Die stadsentrum, die tradisionele hoof inkooparea, word negatief geraak en lei onder die sukses van gedesentraliseerde handelsfasiliteite. Desentralisasie het op sy beurt die kapasiteit van die stadsentrum tot so 'n mate verminder dat voormalige funksies nie meer vervul kan word nie. Dit is natuurlik tot nadeel van die armer sektor van die gemeenskap, wat grootliks staat maak op die ouer sentras om aan hul inkopie behoeftes te voldoen, omdat hul nie ander sentras kan bereik nie.

Dit is belangrik dat kleinhandel teruggelok word na die middedorp. Dit is veral middel en hoër inkomste groepe wat gelok moet word, aangesien dit hierdie groepe is wat kapitaal in 'n gebied instoot, sodat die lewensvatbaarheid van die gebied bevorder word.



Figuur 7.1



Hoof besigheidsareas

'n Moontlike benadering is om die negatiewe faktore waarop respondente gereageer het en soos in Hoofstuk 5 genoem is, te beperk. Die negatiewe faktor waarop respondente die hewigste reageer het, is die tekort aan parkering.

Die probleme aangaande parkering is in beide die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan van Stellenbosch, en 'n parkeringstudie wat deur die Plaaslike Owerheid onderneem is, aangespreek.

7.2 1 Die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan; Verslag no. 3: Visie,

Missie, Doelwitte en Strategieë.

Hierdie dokument sit verskeie doelwitte uiteen en kyk ook spesifiek na vervoer en parkering. Die hoofdoelwit volgens hierdie dokument, wat vervoer betref, is as volg; Beplanning, voorsiening en finansiering van volhoubare modusse van vervoer moet hoër prioriteit dra as die beplanning en voorsiening van motor verwante projekte. 'n Vervoer Taakmag is aangestel om sekere kwessies aangaande vervoer en parkering in die middedorp aan te spreek, wat die volgende insluit:

- Ondersoek metodes om die groei van motorverkeer in die middedorp te beperk
- Vermy addisionele roetes wat deur die middedorp loop
- Die verbreding van bestaande hoofpaaie mag nie plaasvind nie, behalwe in gevalle van spesiale meriete
- Stop verdere padverbredingskemas. Sommige paaie kan vernou word.
- Geen ringpaaie mag oorweeg word nie.
- 'n Netwerk sisteem vir verkeersbeweging moet so ontwerp word om vloei

rondom die historiese kern aan te moedig en nie deur dit nie.

- Ontmoedig verkeer in die historiese kern oor tyd deur die volgende:
 - * geen nuwe parkering
 - * meer eenrigting strate en
 - * die sluiting van spesifieke strate.
- Beperk die vloei van verkeer en die spoed in die historiese kern (50km/h) en dwing dit af.
- Vind alternatiewe metodes as speedwalle om spoed in die middeoord te beperk.
- Verbied groot voertuie en busse om deur die stadsentrum te beweeg.
- Sluit Crozierstraat tussen Andringastraat en Birdstraat vir motors (tans 'n belangrike skakeling in die verkeersisteem).
- Gee spesiale aandag aan die herontwikkeling van Drostdystraat en Kerkstraat veral om gebruik te word deur voetgangers.

Wat parkering betref is kwessies wat aangespreek behoort te word, as volg:

- Parkering in die historiese kern moet beperk word en parkering moet eerder voorsien word op die buite rand van die historiese kern.
- Beperk parkering in die sentrale sakekern.
- Verbeter die omset van parkering - stel meer korttermyn parkering in, veral agter die stadsaal. Metodes soos die eksponensiële toename in parkeringkoste sal goedkoop langtermynparkering verhoed.
- Daar moet nie 'n parkeergarage onder die Braak voorsien word nie.

Wat studente parkering betref, moet die fooi vir 'n motorpermit verhoog word en meer studenteparkering moet op kampus self voorsien word.

7.2.2 Stellenbosch Middedorp Parkeringstudie

'n Parkeringsopname is onderneem in die middedorp van Stellenbosch gedurende Desember 1993 en Maart 1994.

Parkering raak 'n probleem wanneer dit moeilik is om 'n staanplek te kry binne loopafstand van die bestemming. 'n Loopafstand van ongeveer 100m is aanvaarbaar as vertoef tyd omtrent 30 minute is. Hierdie afstand neem toe tot 200m as vertoef tyd 'n uur of langer is. Studies het getoon dat as 85% van die parkeerplekke beset is, dit moeilik raak om parkering binne bogenoemde loopafstande te kry.

Die opname het aangedui dat daar geen ernstige probleme bestaan in die Desembervakansie seisoen nie. Dit het ook mense se weerstand om ver te loop na hul bestemming, aangedui. Die Maart opname het aangedui dat 77% van die respondente dit moeilik gevind het om parkering te vind naby die SSK. Wat ook insiggewend was, is die feit dat 206 van die 300 respondente (68,6%), die SSK gebruik deur van privaat motorvervoer gebruik te maak.

Daar bestaan tans 1095 parkeerplekke in die SSK van Stellenbosch. Tabel 7.1 dui dit in meer detail aan.

Tabel 7.1 Openbare parkering in die sentrale sake kern

STRAATPARKERING	STAANPLEKKE
STRAAT	
Plein	60
Kerk	41
Andringa	30
Ryneveld	42
Bird	74
Meul	27
Alexander	47
Blom uitbreiding	18
Blom	44
Drosdy	27
Dorp en Piet Retief	6
SUBTOTAAL	416
AFSTRAATSE PARKERING	
Munisipale Motorparkering	285
Bloemhof	200
Piet Retief	194
SUBTOTAAL	679
TOTAAL	1095

Met die voorgestelde opgradering van die middedorp sal hierdie getal verminder met 135. Tabel 7.2 dui die areas aan waar parkering verlore sal gaan.

Tabel 7.2 Parkeerplekke wat verlore sal gaan in opgraderingsproses

'n Deel van Kerkstraat slegs vir voetgangergebruik	23 staanplekke
Meulstraatplein	27 staanplekke
Deels van Andringastraat slegs vir voetgangergebruik	20 staanplekke
Dorpsplein,Munisipale parkering	65 staanplekke
'n Totale verlies van	135 staanplekke

Die Plaaslike Owerheid se uitgangspunt is dus eerstens om parkering wat voorheen voorsiening gemaak het vir langtermyn parkering, nou te beperk tot 1 of 2 uur parkering (Figuur 7.2 en 7.3) en tweedens, om meer parkering te voorsien op die periferie of rand van die historiese kern. Tabel 7.3 dui moontlike liggings aan vir addisionele parkering (Figuur 7.4).

Tabel 7.3 Moontlike liggings vir addisionele parkering

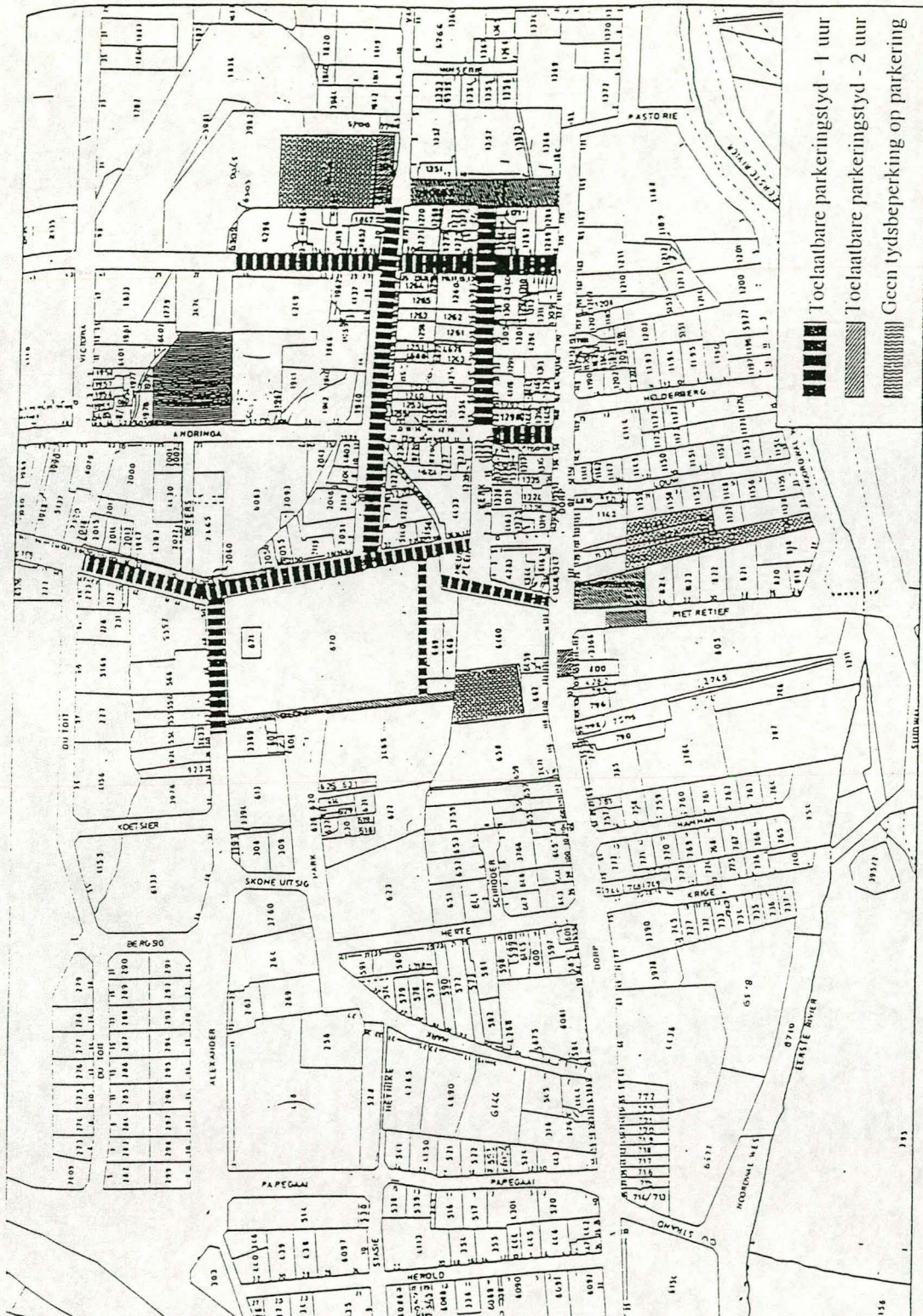
Alexanderstraat	600m
Rhenish Skool	350m
Langs Eersterivier, Noordwal Wes	750m

Langs Eersterivier, Hammanstraat	550m
Langs Eersterivier, Noordwal Wes/Oos	400m

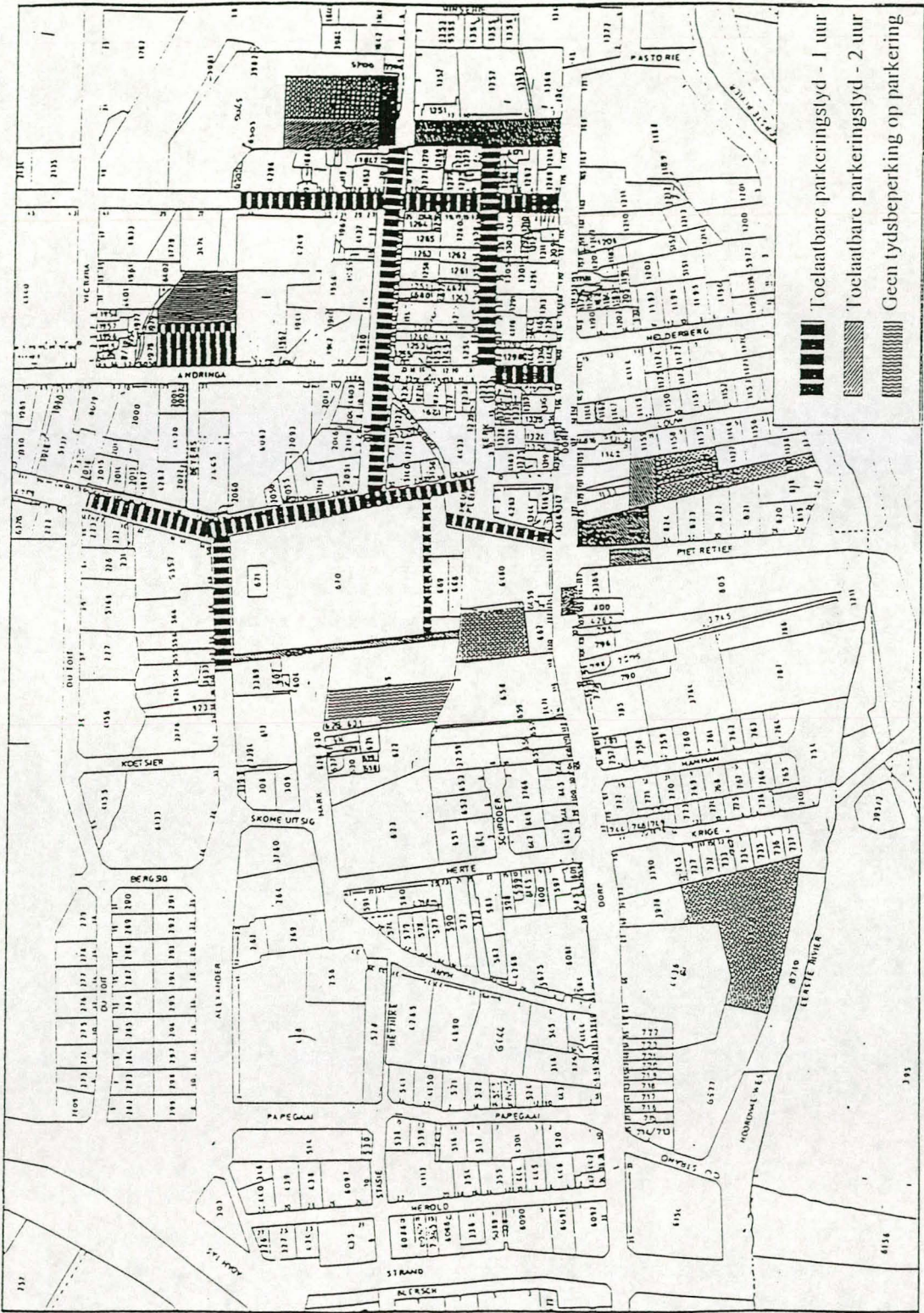
7.2.3 Gevolgtrekkings

Tot groot verbasing, ten spyte van die feit dat inkopers parkering reeds as 'n groot probleem in Stellenbosch se SSK beskou, word verdere voorstelle gemaak wat hierdie situasie sal vererger. Faktore soos vermindering van parkering in die SSK, vernouing van paaie en die beperking van paaie wat deur die middedorp loop, gaan definitief middel tot hoër inkomste groepe (wat gebruik maak van die privaat motor) ontmoedig om inkopies te doen in die middedorp. Addisionele parkering wat voorgestel is op die buite rante van die SSK gaan definitief ook nie die situasie verbeter nie, aangesien mense nie bereid is om so ver (tot 650m en 700m) te stap nie. Veral nie as hul kruideniersware gekoop het en met al die pakkies moet loop nie.

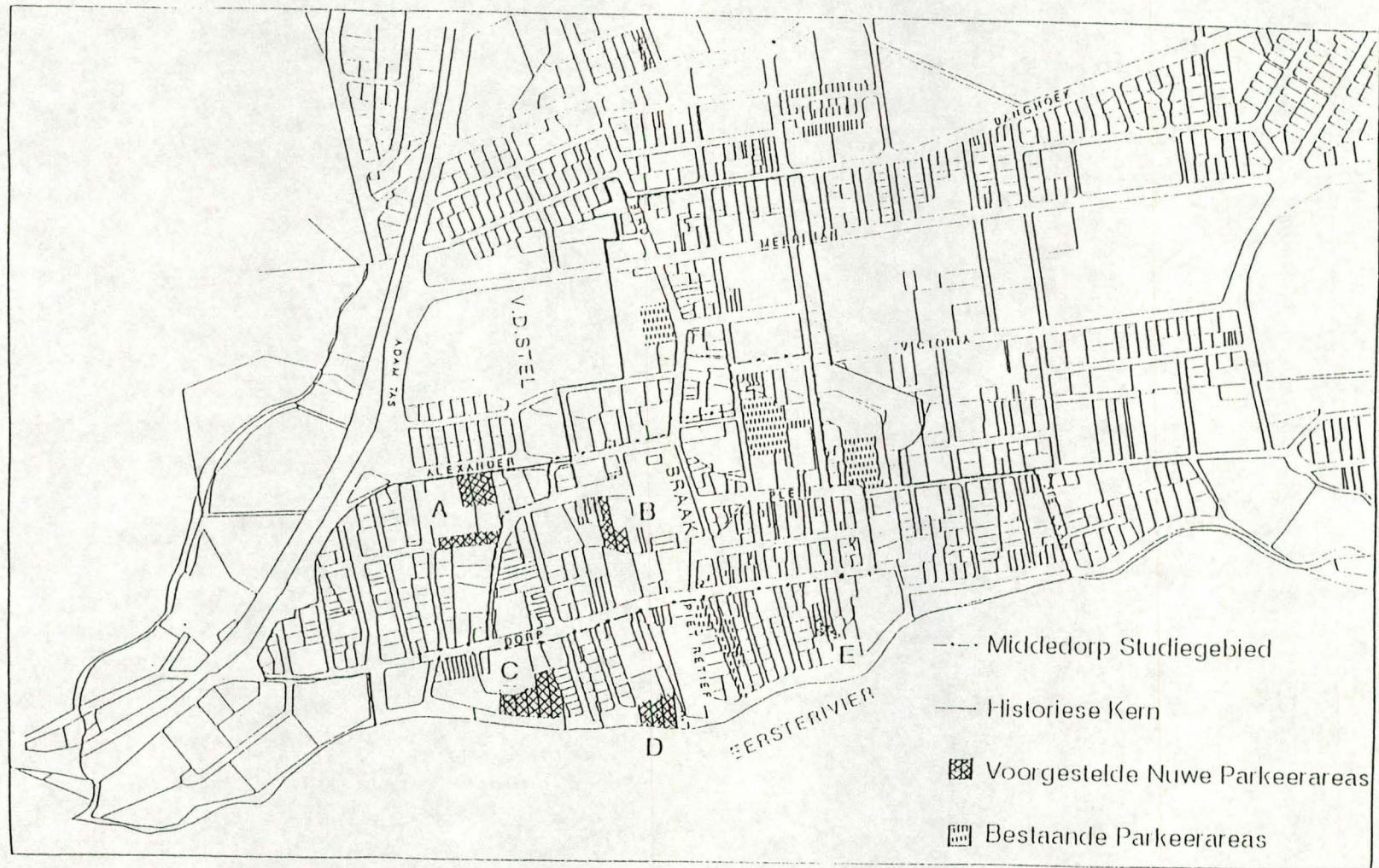
Hierdie voorgestelde strategieë van die Plaaslike Owerheid gaan die bestaande situasie, naamlik tekort aan parkering (soos ook aangedui in Hoofstuk 5) vererger. Hoër- en middel inkomstegroepe wat die lewenskragtigheid van die middedorp moet verseker, gaan nog te meer dit verkies om buurtsentrums en voorstedelike winkelsentrums te besoek, waar parkering gratis en nabygeleë is.



Figuur 7.2 Parkeringstrategie – Bestaande situasie



Figuur 7.3 Parkeringstrategie – Opgraderingsvoorstel

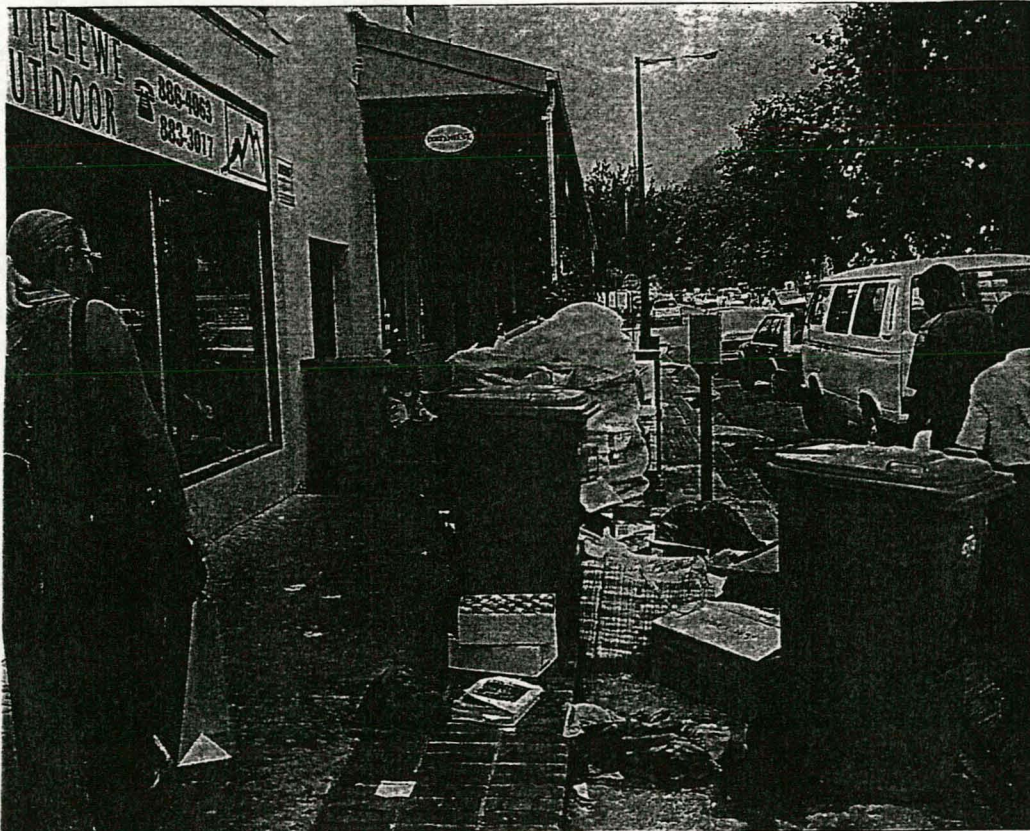


Figuur 7.4 Voorgestelde ligging vir parkeerareas

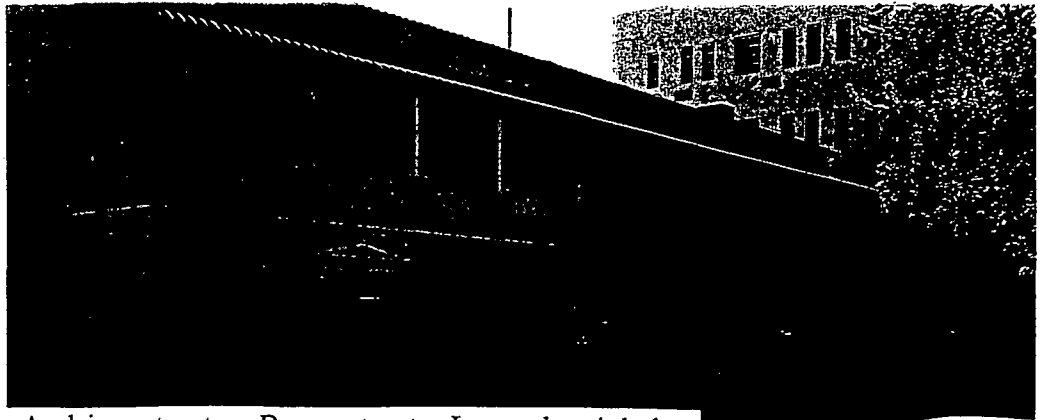
Dit spel egter groot probleme vir die armer sektore van die gemeenskap, wat tradisioneel afhanklik is van die ouer sentras om aan hul inkopiebehoeftes te voorsien. Hierdie groep is afhanklik van publieke vervoer, insluitend taxis en besit nie motors nie. Voorstedelike winkelsentra hou dus nie groot toeganklikheid vir hierdie groepe in nie en daarom is dit van kardinale belang dat die middedorp van Stellenbosch, lewensvatbaar bly.

7.3 Die behoud van toerisme

Verder is dit bedelary en die onaantreklike omgewingsfaktore wat mense uit die sentrale sake gebied uitdryf (Hoofstuk 5). Albei hierdie faktore is nie net nadelig vir die lok van inkopers nie, maar het ook 'n ongelooflike negatiewe uitwerking op die toeristemark.



Die gedeelte van die dorp gerig op die toeristemark totaal bestrooi met rommel (Bron: Stellenbosch Gazette, 16 Maart 1999)



Dele van Andringastraat en Beyersstraat – Lae orde winkels, met duidelike tekens van verval



Pragtige dele van Andringastraat, gerig op die toeriste



Pleinstraat is rofweg die skeidingslyn wat die deel beskore vir die toeristemark en die res van die dorp skei. Die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan identifiseer verskeie faktore om toerisme te bevorder, byvoorbeeld 'n skoon omgewing, beter inligtingtekens, besoekersinfrastruktuur, ekotoerisme, sport en kulturele toerisme.

Dit is baie belangrik om meer aktiwiteite te ontwikkel, wat spesifiek op die toeristemark gerig is. Toerisme is ook tot 'n groot mate verantwoordelik vir die lewensvatbaarheid van die middedorp. Dit is daarom dat hierdie bron van inkomste hoë prioriteit moet dra, aangesien dit die ekonomiese basis skep waarvan die armer sektore van die gemeenskap afhanklik is.

7.4 Tekens van agteruitgang

Daar is verskeie tekens sigbaar in die middedorp wat dui op agteruitgang. Dit is dikwels in die vorm van spesialiteitswinkels wat toemaak en wat deur laer orde winkels vervang word. Tekort aan spesialiteitswinkels is nog 'n faktor wat geïdentifiseer is in Hoofstuk 5, wat veroorsaak dat Stellenbosch inwoners buitestedelike sentra bo die middedorp verkies. 'n Bose kringloop vind plaas wanneer mense nie meer die middedorp besoek weens 'n tekort aan spesialiteitswinkels en 'n wenslike vlak van diepte van produkte nie te koop aangebied word nie. As gevolg van die koopkrag wat nie meer daar bestaan nie, moet nog meer hoër orde winkels plek maak vir winkels van 'n laer orde, wat tot 'n verdere afname in die koopkrag van hoër en middel inkomste groepe sal lei.

Daar word tans 'n winkelsentrum van 15 000m² voorgestel by Paradyskloof. Die Plaaslike Owerheid meen dat die winste wat uit hierdie sentrum gemaak sal word, terug in die middedorp geploeg sal word. Sommige meen egter dat die bestaan van hierdie sentrum daartoe aanleiding sal gee dat sommige van die kettingwinkels (Truworths, Foschini) uit die middedorp na hierdie sentrum sal skuif. Dit sal ook nog verder daartoe lei dat koopkrag wat tans nog bestaan in die middedorp na hierdie sentrum sal skuif.

Daar bestaan verskeie voorbeelde van verval in die middedorp, let byvoorbeeld op winkels van 'n hoër orde wat moet plek maak vir dikwels dieselfde tipe winkel van 'n laer orde. 'n Goeie voorbeeld hiervan is die eksklusiewe boekwinkel in die Eikestad Mall, wat moes uitbeweeg en plek maak vir 'n aansienlike laer orde winkel (Paper Weight). Dieselfde het gebeur in die geval van die boetiek, Milan in Andringastraat wat vervang is met 'n tweedehandse klerewinkel. Verskeie winkels in Andringastraat moes in die onlangse verlede sluit, byvoorbeeld Zhauns, asook 'n Banktak wat onder meer moes plek maak vir 'n pantjieswinkel.

Beyersstraat wat 'n paar jaar terug gesluit is en vir voetgangerverkeer ontwikkel is, is as gevolg van swak ontwerp uiters onsuksesvol. Verskeie winkels van 'n laer orde het ook hul plek hier ingeneem. Daar is ook 'n hele aantal ander besighede wat nie 'n bestaan kon maak in die middedorp nie, byvoorbeeld Nando's, Saddles en die Wimpy.

Die winkels in die sentrum op die hoek van Andringastraat en Banghoekstraat (wat hoofsaaklik roef vanaf die sentrum by Pick 'n Pay) is nog 'n voorbeeld

van winkels wat sukkel om 'n bestaan te maak. Verskeie ander tekens van agteruitgang bestaan in die middedorp, maar ander tekens lê in die onaantreklikheid van die omgewing soos geïdentifiseer in Hoofstuk 5. Kenmerkend hiervan is gebiede wat bestrooi word met rommel, asook sekere geboue wat opknapping nodig het.

7.5 Hernuwingstrategieë

Uit voorafgaande bespreking is dit duidelik dat iets dringendes gedoen moet word om koopkrag terug te trek na die middedorp. Dit is van kardinale belang dat hierdie sentrum lewenskragtig bly sodat dit in die behoeftes van die armer sektore van die gemeenskap kan voldoen. Hierdie mense is afhanklik van Stellenbosch se sentrale sake gebied om hul lewenstandaard te verbeter en daarom kan hernuwing in hierdie gebiede tot 'n bevordering van die lewenskwaliteit van hierdie groepe lei.

Die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan spesifiseer sekere potensiële areas wat opgegradeer en herontwikkel kan word:

- Die Braak en omringende gebiede. (Die sluiting van paaie en die aanwending daarvan vir voetgangers, boomaanplantings en algemene verfraaiing van die gebied.)
- Ingange van Dorp- en Markstraat
- Parkeerarea agter stadsaal
- Bloemhofterrein, met potensiële uitbreiding van die Botaniese Tuine

- Landbousaal aan Eersterivier
- Die Bergsig markplein (sekere kleinhandels- en besigheidsgeleenthede sal na die terrein langs hierdie plein geskuif word.)

Die Pick 'n Pay in die middedorp is ook tans besig met opgradering. Of dit sal slaag in sy doel om hoër inkomste groepe te trek, is nog nie bewys nie. Die nuwe Checkers wat in die plek van OK gebou is, is werklik van 'n hoë gehalte. Dit het toegang tot gratis parkering en blyk werklik suksesvol te wees in die lok van klandisie en die terugbring van mense na hierdie suidelike deel van die middedorp.

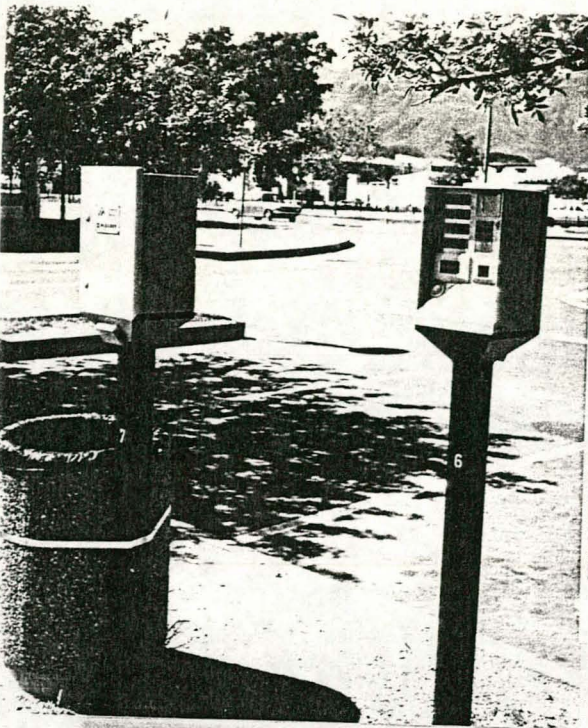
Deur voorgestelde hernuwing, tesame met bykomende hernuwingstrategie in die toekoms, kan daar gehoop word om koopkrag terug te trek na die sentrale kern van Stellenbosch en dat die lewenskragtigheid daarvan behoue sal bly vir alle sektore van die gemeenskap.

Die verlies aan parkering weens strategieë van die Plaaslike Owerhede kan, indien die afwesigheid van 'n program om openbare vervoer te bewerkstellig, negatiewe gevolge hê.

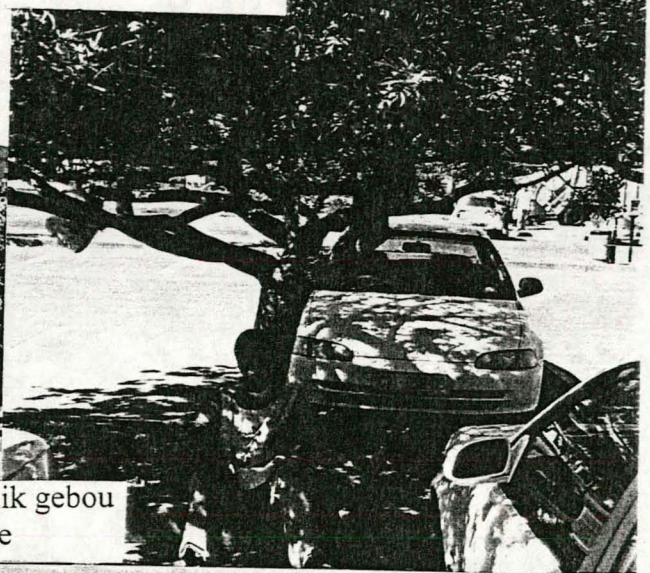
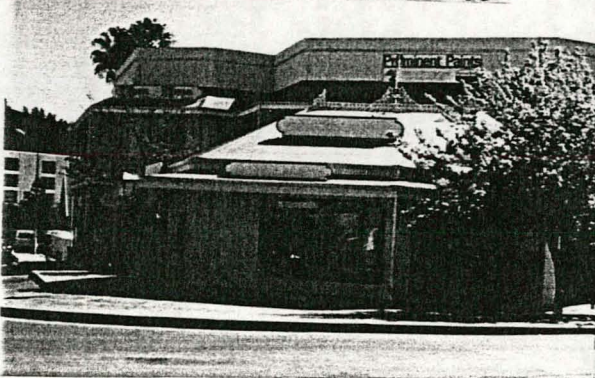
Miskien kan die tydelike sluiting van strate, om periodiek 'n feestelike atmosfeer te bewerkstellig of by spesifieke geleenthede, 'n beter oplossing bied as die permanente sluiting daarvan.

Om motors weg te hou van die SSK kan nie as 'n oplossing gesien word nie, want in die proses word potensiële klante ook weg gehou: die spreekwoordelike bose kringloop word geskep.

In baie opsigte is die verbanning van motors na die periferie net 'n geval van verplasing: dit wil sê die probleem word net na 'n ander plek verskuif. Op die oog af lyk dit miskien beter, maar as dit nie die primêre doel, naamlik om mense te trek na die gebied, dien nie, is dit onsuksesvol. Soos prof Welch dit stel: “Daar moet heelwat meer kreatief oor die hele aangeleentheid gedink word: insluitend die moontlikheid van puik ontwerpte ondergrondse parkering by geskikte liggings na aan die dorpskern, selfs onder die Braak. As stappe benodig word om die lewensvatbaarheid van die sentrale deel van die dorp te verseker, moet kunsmatige bewaringsaksies nie die oorhand kry nie: dit is nie hierdie ryk groepe wat gaan lei nie, maar die armer inwoners. Wat die bewaringsgroepe dikwels vergeet, is dat die Braak nie “heilige grond” is nie. Dit is oor sy geskiedenis vir verskeie gebruike aangewend: 'n pad wat Plein en Markstrate verbind het, het byvoorbeeld oor die Braak geloop.”



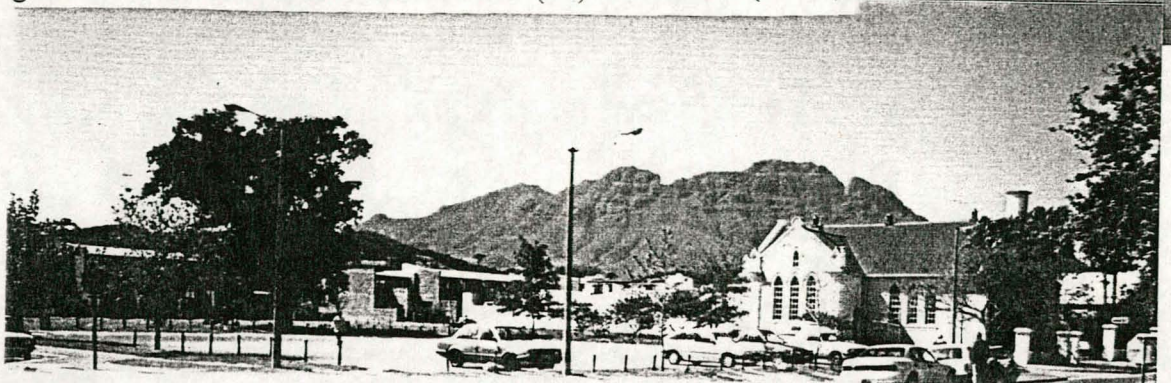
Car Care werkers in aksie



Laer orde winkels in 'n sentrum wat aanvanklik gebou is vir die gebruik van winkels van 'n hoër orde



Desperate motorbestuurders parkeer onwettig op parking bedoel vir die uitsluitlike gebruik van Aroma drankwinkel kliënte (bo) en die kerk (onder)



HOOFSTUK 8: SLOT OPMERKINGS

Mense se behoeftes en verwagtinge verander oor tyd en so ook sal die fisiese omgewing en meer spesifiek die kleinhandeldistribusiepatroon ooreenkomstig verander. In hierdie studie is daar juis gefokus op hierdie verandering, vanaf die Stoa in antieke Griekeland tot vandag se beheerde streekwinkelsentrum. Daar is ook gekyk na faktore wat gepaard gaan met die ontwikkeling van buurt- en streekwinkelsentrums. Alhoewel motoreienaarskap grootendeels verantwoordelik is vir stedelike sprei en vir die ontwikkeling van gedesentraliseerde winkelsentrums, is 'n reeks ander faktore geïdentifiseer wat dikwels simptome is van die verval van die sentrale sakegebied.

Stellenbosch is as gevallestudie geneem en deur empiriese navorsing is bewys dat die hoër tot middel inkomste groepe, buurt- en streekwinkelsentrums verkies bo die middedorp van Stellenbosch. Hierdie inkomste groepe het die meeste koopkrag en verseker die lewensvatbaarheid van 'n gebied. Die middedorp is baie ontoeganklik vir hierdie groepe, wat hoofsaaklik van motorvervoer gebruik maak. Die koopkrag van hierdie groepe wat nou verplaas is na buitestedelike winkelsentra, gee daartoe aanleiding dat baie winkels toemaak en vervang word met soortgelyke winkels van 'n laer orde.

Die armer sektore van die gemeenskap is afhanklik van ouer sentra, soos die middedorp van Stellenbosch, om aan hul behoeftes te voorsien. Die koopkrag van hoër tot middel inkomste groepe wat afwesig is in die middedorp, sal beteken dat die middedorp verder sal verval en mettertyd miskien ook nie meer

in die behoeftes van laer inkomste groepe sal voldoen nie. Dit is hierdie groep wat nie motors besit nie en dus afhanklik is van publieke vervoer, wat op sy beurt hoofsaaklik gekoppel is met sentrale stadsgebiede: met betrekking tot gelyke geleenthede en keuses wat hierdie groep kan uitoefen, word hulle steeds benadeel.

Daar heers egter kommer aangesien die Plaaslike Owerheid motorverkeer verder wil beperk uit die middedorp. Die implikasie van 'n addisionele winkelsentrum by Paradyskloof is nog nie presies seker nie, maar uit die empiriese navorsing bespreek in Hoofstuk 5, word dit duidelik dat sulke kompetisie net slegte nuus kan beteken vir die lewensvatbaarheid van Stellenbosch se middedorp.

Die Geïntegreerde Ontwikkelingsplan gee wel gehoor aan verskillende belangegroepe, maar dit is belangrik dat die verskillende sienings getoets word, aangesien dit dikwels gebeur dat minderheidsgroepe, wat gebruik maak van aggressiewe veldtogte, die hef in die hand het. Hoe verteenwoordigend is die besluite dus? As menings van verskillende belangegroepe, (dit sluit die ontwikkelaar/ konsultant, bewaringsgroepe, nie-regeringsgroepe, tradisionele leiers, besighede, belastingbetalers en nie- betalers ens. in) getoets word, sal daar sodoende meer verteenwoordigende besluite geneem kan word.

Dit moet egter getoets word in die vorm van opnames en nie net deur die mening van aggressiewe minderheidsgroepe te neem nie. Is hierdie menings verteenwoordigend?

Totdat effektiewe publieke vervoer en genoegsame toegang voorsien is, moet genoegsame parkering hoë prioriteit dra. Oplossings moet nie gevind word deur die maklike uitweg te kies nie, aangesien dit die gevolg sal hê dat ander sensitiewe areas negatief beïnvloed sal word.

Alhoewel dit baie duur is, moet dubbelvlak parkering oorweeg word. Om eenvoudig parkering uit te stoot na die periferie mag nie so effektief wees soos geglo word nie en dit moet baie versigtig heroorweeg word.

Van die voorgestelde perifere areas is in baie gevalle, soos langs die Eersterivier en suid van Vrede-Lust, net so kwesbaar as sentrale dele en net so belangrik, histories gesproke, as ander gebiede binne die kern gebied: die gebied langs die Eersterivier wat nie deel vorm van die afgebakende historiese kern nie, soos aangedui in Figuur 7.1, is 'n voorbeeld hiervan.

Die Eersterivier behoort 'n integrale deel van die historiese kern te vorm en nie as die dorp se 'agterplaas' beskou te word nie (Welch, 1988; 1993).

VERWYSINGS

Basson, C. 1998 All about Tyger Valley Centre- Its Development, Marketing and Future Plans.

Beckman, T.N. & Davidson, 1967 W.R. Marketing, New York: Ronald Press

Bromley, R.D.F. & Thomas, C.J. 1993 Retail Change-Contemporary Issues: UCL Press

Darlow, C. 1972 Enclosed Shopping Centres, London: Architectural Press

Davies, R.L. 1979 Retail Planning in the European Community, Northamptonshire: Saxon House

Davies, R.L. 1983 The future of the town centre, Institute of British Geographers, special publication no. 14: Academic Press, London

Gruen, V. & Smith, L. 1973 Centres for the Urban Environment, New York: Van Nostrand Reinhold Company

Gruen, V. & Smith, L. 1965 Shopping Towns USA, New York: Van Nostrand Reinhold Company

Jansen van Vuuren, J.J.N. 1976 Die Beplanning van Windelsentrums met besondere verwysing na die bepaling van die Markpotensiaal, Ekonomie Tesis, Potchefstroom Universiteit

Jones, C.S. 1969 Regional Shopping Centres, London: Business Books Ltd

Jones, P. 1991 "Regional Shopping Centres: The Planning Issues" in The Service Industries Journal, 11:2, pp171-178

Kelly, E.J. 1956 Shopping centres: Locating controlled regional centres, Connecticut: ENO Foundation of Highway Traffic Control

Luder, O. Out of Town Shopping Centres, Solution or Mistake?, Estate Gazette, February 1965, p651

Levitan, T. 1995 A Study of Change in Retailing and office Accomodation with Specific Reference to the Central Business District of Cape Town, M TRP Assignment, Stellenbosch, US Publishers

Marketing Mix 1995 Power of One-Stop Shopping, Vol 13:6, pp50-51

Nelson, R. 1958 The selection of retail locations, New York: Ronald Press

Oosthuizen, A.J.G. 1983 “Die bepaling van kleinhandelsgrondgebruik in metropolitaanse verband”, Ongepubliseerde Verslag, Johannesburg: Institute for Urban Studies, RAU

Rubenstein, W.M. 1969 A guide to site and environmental planning, New York: John Wiley & Sons Inc.

Steyn, A.G.W. & Smit, C.F. & Du Toit, S.H.C. & Strasheim, C. 1994 Modern Statistics in Practice, Pretoria: JL van Schaik Publishers

Urban Land Institute, 1977 Shopping centre development handbook, Washington DC: Urban Land Institute

Van Riet, A.J. 1972 Evolution of Shopping Centres in South Africa and Future Trends, Johannesburg: VEESA

Van Rooyen, I.J.E. 1972 Koopsentrums: Organisasie, finansiering en werking in Westerse lande met spesifieke verwysing na Suid-Afrika, Potchefstroom Universiteit

Waide, W.L. Changing Shopping Habbits and their Impact on Town Planning, T.P.I. Journal, Oktober 1963, p258

Waring, L.A. 1994 The Socio-Economic Impact of Regional Shopping Centres on Surrounding Retail Distribution with Particular Reference to the Somerset Mall,

M TRP Assignment, Stellenbosch: US Publishers

Welch, C. Tod 1969 "A guide to shopping centre planning" National Building Research Institute, Bulletin 56, Pretoria: Council for Scientific and Industrial Research

Welch C. Tod 1988 "Eerste Rivier Park System" Departement Stads- en Streekbeplanning, Universiteit van Stellenbosch

Welch C. Tod 1993 Historical Continuity in Town Planning, Planning History Vol. 15 no.2

Welch, K.C. 1951 "Regional Shopping Centres" Architectural Review, January, pp121-131

Welch, K.C. 1954 "An appraisal of shopping centres" Traffic Quarterly, October, pp384-396

Welch, K.C. 1958 "The regional centre and Downtown" Traffic Quarterly, July, pp371-388

Onderhoude

Baie dankie aan die volgende individue vir hul hulp met die studie:

Basson, C. 17 Augustus 1999, Bemarkingskonsultant: Somerset Mall

De la Batt, B. 15 September 1999, Stellenbosch Munisipaliteit

Fourie, L. 15 en 27 September 1999, Stellenbosch Munisipaliteit

Griffioen, J. 15 en 27 September 1999, Stellenbosch Munisipaliteit

Herbst, V. 13 Julie 1999, Bestuur: Tygervalleisentrum

ADDENDUM A

UNIVERSITEIT VAN STELLENBOSCH

Departement Stads- en Streekbeplanning

Navorsingsprojek vir 1999

1. Adres:(*straat en nommer*).....
(*buurt*).....
2. Waar doen u daaglikse inkopies? (*byvoorbeeld brood en melk*)
(*Lys sentras volgens voorkeur*).....
.....
3. Waar doen u weeklikse inkopies?
(*Lys sentras volgens voorkeur*).....
.....
4. Waar doen u maandelikse inkopies?
(*Lys sentras volgens voorkeur*).....
.....
5. Waar koop u gewoonlik klere? (*man*).....
(*vrou*).....
(*kinders*).....
6. Waar gaan u vir vermaak? (*etes*).....
(*fliiek*).....
(*ander*).....
7. Waar koop u huishoudelike toerusting?
(*Lys sentras volgens voorkeur*).....
.....

8. Gebeur dit (merk een asb)

<i>altyd</i>	
<i>somtyds</i>	
<i>selde</i>	
<i>nooit</i>	

dat u die middedorp besoek en daar sekere faktore

<i>bedelary</i>	
<i>tekort aan parkering</i>	
<i>onaantreklike omgewing</i>	
<i>tekort aan spesialiteitswinkels</i>	

ander.....

is wat u inkoop ervaring onaangenaam maak en u dwing om ander sentras te besoek? (Voeg syfer 1 tot 5 by toepaslike blokkie volgens afkeur 1-hoogste en 5-laagste)

9. Indien u naaste sentrum op 'n spesifieke tydstip nie aan u vereistes voldoen nie, hoe maklik (merk een asb)

<i>altyd</i>	
<i>somtyds</i>	
<i>selde</i>	
<i>nooit</i>	

is u bereid om 'n sentrum soos

<i>Tygervallei</i>	
<i>Somerset-Mall</i>	
<i>Somerset -Wes se middedorp</i>	

te besoek? (Voeg syfer 1 tot 3 by toepaslike blokkie volgens voorkeur 1-hoogste en 3-laagste)

DANKIE VIR U SAMEWERKING